

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI
KEPUASAN WAKIF TERHADAP PELAYANAN
LEMBAGA WAKAF
(Studi Kasus: Nazhir Yayasan Baitur Rahmah
Sejahtera Sidoarjo)
SKRIPSI**

**Disusun oleh :
Muhammad Wicaksono Hasdyani Putra
135020507111008**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Meraih
Derajat Sarjana Ekonomi**



**JURUSAN ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
MALANG
2017**

**FACTORS AFFECTING WAQIF'S SATISFACTION ON
WAQF AGENCY SERVICE: A CASE STUDY TOWARD
THE NAZHIR OF "BAITUR RAHMAN SEJAHTERA"
FOUNDATION, SIDOARJO**

MINOR THESIS

By:
Muhammad Wicaksono Hasdyani Putra
135020507111008

**Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Attainment of the Degree of *Bachelor of Economics***



**DEPARTMENT OF ECONOMICS
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
UNIVERSITY OF BRAWIJAYA
MALANG
2017**

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

"Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Kepuasan Wakif Terhadap Pelayanan Lembaga Wakaf (Studi Kasus: Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo)"

Yang disusun oleh :

Nama : Muhammad Wicaksono Hasdyani Putra
NIM : 135020507111008
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya
Jurusan : S-1 Ilmu Ekonomi
Konsentrasi : Ekonomi Islam


telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal **26 April 2017** dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima.

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

1. Aji Purba Trapsila, SE.I, ME.I
NIP. 198401232015041
(Dosen Pembimbing)


.....

2. Dr. Iswan Noor, SE., ME.
NIP. 195907101983031004
(Dosen Penguji I)


.....

3. Yenny Kornitasari, SE., ME.
NIP. 2015078810012001
(Dosen Penguji II)


.....

Malang, 26 April 2017
Ketua
Jurusan Ilmu Ekonomi,

Dwi Budi Santoso, SE., MS., Ph.D.
NIP. 19620315 198701 1 001

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul :

Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Wakif Terhadap Pelayanan Lembaga Wakaf (Studi kasus pada Nazhir Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo)

Yang disusun oleh :

Nama : Muhammad Wicaksono hasdyani Putra
NIM : 135020507111008
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya
Jurusan : S-1 Ilmu Ekonomi
Program Studi: Ekonomi Islam

Disetujui untuk diajukan dalam Ujian Komprehensif.



**Ketua
Jurusan Ilmu Ekonomi,**
Dwi Budi Santoso, SE.,MS.,Ph.D.
NIP. 19620315 198701 1 001

**Malang,
Mengetahui,**

Dosen Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Aji'.

**Aji Purba Trapsila, SE.I, ME.I
NIP. 19840123 201504 1002**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : **Mumhammad Wicaksono Hasdyani Putra**
 Tempat, tanggal lahir : **Surabaya, 17 Juni 1994**
 NIM : **135020507111008**
 Jurusan : **S1 Ilmu Ekonomi**
 Program Studi : **Ekonomi Islam**
 Alamat : **Jalan Bendul Merisi No.139, Surabaya**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa SKRIPSI yang berjudul :
Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Wakif Terhadap Pelayanan Lembaga Wakaf (Studi Kasus pada Nazhir Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo)

yang saya tulis adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat atau sajian dari Skripsi orang lain.

Apabila dikemudian hari ternyata pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabutnya predikat kelulusan dan gelar keserjanaannya)

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 20 Februari 2017

Mengetahui,
 Dosen Pembimbing,



Aji Purba Trapsila, SE.I, ME.I
 NIP. 19840123 201504 1002

Yang membuat pernyataan,



M. Wicaksono hasdyani Putra
 NIM. 135020507111008



Mengetahui,
 Ketua
 Jurusan Ilmu Ekonomi,

Dwi Budi Santoso, SE.,MS.,Ph.D.
 NIP. 19620315 198701 1 001

Daftar Riwayat Hidup

Nama : Muhammad Wicaksono Hasdyani Putra
NIM : 135020507111008
Tempat/Tanggal Lahir : Surabaya, 17 Juni 1994
Nama Ayah : Dr. H. Ahmad Haspiani
Nama Ibu : Hj. Sri Handayani S.Sos
Jenis Kelamin : Laki- Laki
Agama : Islam
Alamat : Jl. Bendul Merisi 139, Surabaya
Email : hasdyani.putra@gmail.com

PENDIDIKAN

1999-2001 : TK Dewi Sartika, Surabaya
2001-2007 : SD Muhammadiyah 6 Surabaya
2007-2010 : SMPIT Ukhuwah Banjarmasin
2010-2013 : SMAI Nurul Fikri Anyer, Banten

2013-2017 : S1 Jurusan Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Brawijaya Malang

PENGALAMAN ORGANISASI

1. Staff Magang Divisi Hubungan Masyarakat Himpunan Mahasiswa Jurusan Ilmu Ekonomi FEB UB 2013
2. Staff Magang Divisi Public Relation Center for Islamic Economics Studies FEB UB 2013
3. Staff Tetap Divisi Hubungan Masyarakat Himpunan Mahasiswa Jurusan Ilmu Ekonomi FEB UB 2014
4. Staff Tetap Divisi Marketing Himpunan Jurusan Ilmu Ekonomi FEB UB 2015
5. Ketua Divisi Fundraising Komunitas Peduli Pendidikan Enam Dua Project Malang 2016

PENGALAMAN KEPANITIAAN

1. Ketua Divisi Acara Coffee Share HMJIE FEB UB 2013
2. Ketua Pelaksana Coffee Share 1 HMJIE FEB UB 2014
3. Staff Divisi Transkoper Coffee Share 2 HMJIE FEB UB 2014
4. Staff Divisi Hubungan Masyarakat Coffee Share 3 HMJIE FEB UB 2014
5. Staff Divisi Transkoper Training of Communication HMJIE FEB UB 2014
6. Staff Divisi Acara Transformer HMJIE FEB UB 2014
7. Staff Divisi Transkoper E-Journey HMJIE FEB UB 2014
8. Staff Divisi Konsumsi ESBC HMJIE FEB UB 2014
9. Staff Divisi Transkoper Ecocare HMJIE FEB UB 2014

10. Staff Divisi Konsumsi Kajian Ekonomi HMJIE FEB UB 2014
11. Ketua Divisi Marketing Ecocare HMJIE FEB UB 2015
12. Asisten Koordinator Divisi Hubungan Masyarakat ESBC HMJIE FEB UB 2015
13. Asisten Koordinator Divisi Marketing Transformer HMJIE FEB UB 2015
14. Staff Divisi Humdan Pemilwa IE 2015
15. Volunteer Panitia Peduli Indonesia IYOIN Malang 2016

PENGALAMAN KERJA

1. Kuliah Kerja Nyata Profesi di Kantor Wilayah Kementrian Agama Provinsi Jawa Timur 2016
2. Distributor di Perusahaan PT Harmoni Dinamik Indonesia

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan wakif mengenai wakaf uang melalui pelayanan lembaga, dimana faktor-faktor tersebut antara lain kualitas program, kualitas pelayanan, kemudahan yang diberikan dan faktor emosional wakif. Untuk menguji hipotesis digunakan alat analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini adalah kualitas program, kualitas pelayanan, kemudahan yang diberikan dan faktor emosional wakif berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan yang diterima wakif, sedangkan hasil uji signifikansi individu diperoleh kualitas program, kemudahan yang diberikan dan faktor emosional berpengaruh signifikan terhadap kepuasan yang diterima wakif dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan yang diterima wakif.

Kata kunci: **Wakaf Uang, Wakif, Pelayanan**

Kata Pengantar

Alhamdulillah hi robbil alamin, puja dan puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya serta tidak lupa shalawat dan salam kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Kepuasan Wakif Terhadap Pelayanan Lembaga Wakaf (Studi Kasus: Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo)”.

Penulis sadar sepenuhnya akan selesainya kegiatan dan hasil skripsi ini tidak hanya melibatkan diri sendiri, tetapi juga terdorong dari motivasi-motivasi yang timbul dari pihak-pihak eksternal. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas saran, bimbingan, serta motivasi yang diberikan oleh beberapa pihak yang telah membantu menyelesaikan kegiatan dan laporan ini, ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya penulis tujukan kepada::

1. Keluarga tercinta yang selalu memberi motivasi, materi dan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Prof. Candra Fajri Ananda, SE., M.Sc., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya.
3. Dwi Budi Santoso, SE., MS., Ph.D. selaku Ketua Jurusan Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya.
4. Aji Purba Trapsila, SE.I, ME.I selaku dosen pembimbing yang telah memberi bantuan bimbingan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Dr. Iswan Noor, SE., ME. selaku dosen penguji I yang telah memberi kritik dan saran sehingga penulis dapat melakukan perbaikan pada skripsi ini.

6. Yenny Kornitasari, SE., ME.. selaku dosen penguji II yang telah memberi kritik dan saran sehingga penulis dapat melakukan perbaikan pada skripsi ini.
7. Amel Intan Pratiwi, Suherman, Evita Meilani, Miftakhul Kahirani, Adinda Adha, Resio Tirta Sanjaya, Muhammad Dawam Zikrillah selaku sahabat yang telah memberi dukungan dan menghibur penulis ketika dalam keadaan bosan mengerjakan skripsi.
8. Molek Amalia, Nevylia Rachmawati Saufin, Azizah Romadiana, Najwa Jawwas, Prisma Hardiyanti Permana, Wahyu Pamungkas selaku sahabat satu pasukan yang tergabung dalam satu tempat magang di Kanwil Kemenag Jatim telah memberi bantuan dan dukungan sehingga penulis dapat mengerjakan skripsi tepat waktu sesuai target yang telah kami buat.
9. Shabrinaifah B. Handimarsya, Cokky Sandra Pradana, Sofwatillah dan seluruh teman-teman terimakasih atas kekeluargaan dan kehangatannya selama penulis melaksanakan kuliah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya dan membantu dalam Penyelesaian penulisan skripsi.

Penulis menyadari penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan belum sempurna. Untuk itu saran dan kritik yang membangun sangat kami harapkan dan semoga karya ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Aamiin

Malang, 24 Mei 2017

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN.....	v
RIWAYAT HIDUP	vi
ABSTRAK	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penulisan.....	8
1.4 Manfaat Penulisan.....	8
BAB II Tinjauan Pustaka.....	10
2.1. Wakaf	10
2.1.1 Pengertian Wakaf.....	10
2.1.2 Pengertian Wakaf Uang	11
2.1.3 Pengelolaan Wakaf oleh Lembaga Wakaf (<i>Nazhir</i>)	14
2.2 Teori Kualitas Pelayanan	17
2.2.1 Pengertian Kualitas	17
2.2.2 Pengertian Kualitas Pelayanan	17
2.3 Teori Kepuasan Pelanggan.....	18
2.3.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	18

2.3.2 Strategi Kepuasan Pelanggan	19
2.3.3 Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan	21
2.3.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan	22
2.3.4.1 Kualitas produk	22
2.3.4.2 Harga	23
2.3.4.3 Kualitas Servis	24
2.3.4.4 Faktor Emosional	24
2.3.4.5 Biaya dan kemudahan.....	25
2.4 Metode Perilaku Konsumen	25
2.4.1 Karakteristik Mempengaruhi Perilaku Konsumen	25
2.5 Penelitian Terdahulu	26
2.6 Kerangka Pemikiran.....	28
2.7 Hipotesis Penelitian	30
BAB III Metode Penelitian.....	31
3.1 Jenis Penelitian.....	31
3.2 Lokasi Penelitian.....	31
3.3 Populasi dan Sampel	32
3.4 Data	32
3.4.1 Jenis Data	32
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data	33
3.5 Variabel Penelitian	34
3.5.1 Identifikasi Variabel	34
3.5.2 Definisi Operasional	35
3.5.2.1 Variabel Terikat (<i>Dependend</i>) Variabel (Y)	36
3.5.2.2 Variabel Bebas (<i>Independend</i>) Variabel (X)	36
3.5.3 Skala Pengukuran	36
3.6 Teknik Analisis Data.....	37
3.6.1 Uji Instrumen Penelitian	37
3.6.1.1 Uji Validitas	38
3.6.1.2 Uji Reliabilitas.....	39
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	40
3.6.2.1 Uji Asumsi Normalitas	40

3.6.2.2 Uji Asumsi Multikolinieritas	40
3.6.2.3 Uji Heteroskedastisitas	41
3.6.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	42
3.6.4 Koefisien Determinasi	43
3.6.4.1 Uji F	43
3.6.4.2 Uji T	45
BAB IV Pembahasan	46
4.1 Gambaran Umum Lembaga Wakaf (<i>Nazhir</i>) Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo.....	46
4.1.1 Sejarah Singkat.....	46
4.1.2 Lokasi.....	46
4.1.3 Struktur Organisasi.....	47
4.1.4 Visi, Misi, Tujuan Program Lembaga Wakaf (<i>Nazhir</i>) Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo	50
4.1.5 Budaya Organisasi	50
4.1.6 Personalia	51
4.1.7 Produk/Program Lembaga Wakaf (<i>Nazhir</i>) Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo.....	53
4.1.8 Pemasaran.....	54
4.1.9 Keuangan.....	54
4.2 Karakteristik Responden	55
4.3 Analisis Data	58
4.3.1 Uji Validitas	58
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	59
4.3.3 Hasil Uji Asumsi Klasik	60
4.3.3.1 Uji Normalitas.....	60
4.3.3.2 Uji Multikolinieritas.....	61
4.3.3.3 Uji Heteroskedastisitas	62
4.3.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	63
4.3.5 Uji Hipotesis	66
4.3.5.1 Uji F	66
4.3.5.2 Uji T	66

4.3.6 Koefisien Determinasi	69
4.4 Pembahasan hasil Penelitian	70
4.4.1 Variabel Kualitas Program (X1) Berpengaruh Terhadap Kepuasan Donatur (Y)	71
4.4.2 Variabel Kualitas Pelayanan (X2) Tidak Berpengaruh Terhadap Kepuasan Donatur (Y).....	73
4.4.3 Variabel Kemudahan yang Diberikan (X3) Berpengaruh Terhadap Kepuasan Donatur (Y).....	74
4.4.4 Variabel Faktor Emosional (X4) Berpengaruh Terhadap Kepuasan Donatur (Y)	75
4.5 Keterbatasan Penelitian	78
BAB V Penutup	80
5.1 Kesimpulan	80
5.2 Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Kerangka Pikir Alur Penelitian	29
Gambar 4.1 : Struktur Organisasi Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera	47
Gambar 4.2 : Grafik <i>Normal Probability Plot</i>	61
Gambar 4.3 : Hasil Uji Heteroskedastisitas (Grafik <i>Scatter plot</i>)	63

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 :Tabel Penelitian Terdahulu.....	26
Tabel 3.1 : Ketentuan Interval Koefisien dan Keeratan Hubungan.....	35
Tabel 4.1 : Laporan Keuangan tahun 2016 Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo	55
Tabel 4.2 : karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
Tabel 4.3 : Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	56
Tabel 4.4 : Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir	57
Tabel 4.5 : Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan.....	58
Tabel 4.6 : Hasil Uji Validitas Instrumen.....	59
Tabel 4.7 : Hasil Uji Reliabilitas.....	60
Tabel 4.8 : Hasil Uji multikolinieritas.....	62
Tabel 4.9 : Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	64
Tabel 4.10 : Hasil Analisis Uji F	66
Tabel 4.11: Uji Hipotesis Koefisien Regresi Variabel Kualitas Program, Kualitas Pelayanan, Kemudahan yang Diberikan, Faktor Emosional	67
Tabel 4.12: Hasil Koefisien Determinasi	70

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner.....	96
Lampiran 2: Uji Validitas dan Reabilitas	101
Lampiran 3: Uji Asumsi Klasik.....	107
Lampiran 4: Analisis Regresi Linier Berganda	110

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Secara etimologi, wakaf berasal dari kata *waqafa* sinonim dari kata *habasa* yang berarti berhenti, diam (*al-tamakkust*), atau menahan (*al-imsak*) (Anshori dalam Modul ekonomi dan keuangan syariah, 2016). Wakaf merupakan bentuk *muamalah maliyah* (harta benda) yang sudah dikenal sangat lama oleh masyarakat. Hal ini tidak lain karena Allah SWT menciptakan manusia untuk mencintai kebaikan dan melakukannya sejak dilahirkan hingga hidup di tengah-tengah masyarakat. Wakaf merupakan bentuk ibadah yang sudah sangat lama dikenal sejak era kenabian Muhammad SAW, ditandai dengan pembangunan Masjid Quba (Mundzhir Qahf dalam Lubis dan Wajdi, 2016).

Pada umumnya di Indonesia saat ini, wakaf masih berbentuk benda-benda konsumtif bukan barang yang bersifat produktif. Hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya bangunan masjid, sekolah, panti asuhan yang didirikan (Rivai, 2016). Sementara saat ini kebutuhan masyarakat sangat besar sehingga mereka membutuhkan dana tunai untuk meningkatkan kesejahteraan. Dalam menjawab problematika tersebut, oleh karena itu dibuatlah inovasi mengenai wakaf yaitu dengan adanya wakaf tunai atau uang, yaitu wakaf yang tidak hanya berbentuk bangunan saja melainkan wakaf dengan bentuk dana (uang) melalui pendekatan bisnis (Mubarok, 2008). Dewasa ini pemanfaatan wakaf produktif di Indonesia telah berkembang menjadi sebuah program baru yang dikelola oleh pihak Kementerian Agama Republik Indonesia melalui Badan Wakaf Indonesia (BWI). Badan Wakaf Indonesia adalah lembaga

yang ditunjuk oleh negara sebagai badan yang menghimpun wakaf uang berskala nasional dan internasional yang terdapat pada Undang- Undang Nomor 41 Tahun 2004 tentang Wakaf, pasal 47, ayat (2).

Badan Wakaf Indonesia adalah lembaga yang ditetapkan pemerintah sebagai media untuk memajukan dan mengembangkan perwakafan nasional yang telah ditetapkan dalam Undang- Undang Nomor 41 Tahun 2004 tentang Wakaf, pasal 47, ayat (1). Tugas utama dari Badan Wakaf Indonesia sendiri adalah melakukan pembinaan, pengelolaan, dan pengembangan lembaga wakaf (*Nazhir*) yang berskala nasional dan internasional, serta memberikan perizinan mengenai peruntukan wakaf di Indonesia. Mengenai undang-undang wakaf telah dirumuskan konsepsi *fiqh* wakaf baru di Indonesia, antara lain meliputi benda yang diwaqafkan (*mauquf bih*); peruntukan wakaf (*mauquf 'alaih*); ikrar wakaf (*sighat*) baik itu benda tidak bergerak maupun benda bergerak seperti uang dan saham; kewajiban dan hak pengelola wakaf (*Nazhir*); dan lain-lain yang menunjang pengelolaan wakaf produktif.

Perihal mengenai keluarnya UU No. 41 tahun 2004 sebagai sarana rekayasa sosial (*social engineering*), diproyeksikan dapat melakukan perubahan-perubahan pemikiran, sikap dan perilaku umat Islam agar sesuai dengan UU tersebut. Salah satu regulasi baru dalam undang-undang wakaf tersebut adalah wakaf uang. Bentuk wakaf yang tengah dikembangkan saat ini mengenai wakaf uang yang terdapat pada Undang-Undang No 41 Tahun 2004. Pengumpulan dan pemberdayaan wakaf uang yang dilakukan di Indonesia sendiri telah berlangsung sejak ditetapkannya Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2006.

Di Indonesia, salah satu badan yang menghimpun dan mengelola wakaf uang adalah Tabung Wakaf Indonesia (TWI). Tabung Wakaf Indonesia merupakan badan otonom yang terbentuk dari jejaring institusi pengelola zakat Dompot Dhuafa Republika. TWI merupakan lembaga berbadan hukum yayasan yang terdaftar sebagai *nazhir* wakaf di Indonesia. Tujuan dari pendirian lembaga ini adalah mewujudkan sebuah lembaga *nazhir* wakaf dengan model seperti lembaga keuangan yang dapat melakukan mobilisasi penghimpunan aset wakaf dan memenuhi kebutuhan masyarakat (Rozalinda dalam Modul Ekonomi dan Keuangan Syariah, 2016). Dana yang terkumpul digunakan sebagai operasional dalam beberapa program penyaluran sebagai berikut:

- a. Sektor Pendidikan, mencakup smart eleksia dan rumah cahaya
- b. Sektor Kesehatan, mencakup LKC;
- c. Sektor dakwah, mencakup Wisma Mualaf;
- d. Sektor Ekonomi, mencakup wakaf perternakan, wakaf perkebunan, wakaf usaha perdagangan.

Menurut Rozalinda (dalam Modul Ekonomi dan Keuangan Syariah, 2016) dalam penelitiannya, menyatakan bahwa pengelolaan wakaf uang yang dilakukan di Indonesia sendiri masih dikatakan kecil dibandingkan dengan negara lainnya seperti pada Bangladesh dan Malaysia. Bangladesh dan Malaysia memiliki pengalaman pengelolaan wakaf tunai lebih matang dibandingkan di Indonesia sendiri.

Hal tersebut dapat dilihat melalui data yang terkumpul dari beberapa penelitian. Pada negara Bangladesh sendiri memiliki lembaga yaitu Social Investment Bank Limited (SIBL). SIBL sendiri memiliki konsep sebagai bank ventura yang banyak berkerja sama dengan organisasi Islam pemerintah Bangladesh. SIBL sendiri beroperasi

sebagai lembaga sosial. Wakaf uang adalah salah satu produk terkenal yang dimiliki SIBL. Dana (uang) tersebut berasal dari masyarakat yang sengaja mewakafkan uangnya ataupun berasal dari tabungan yang sebelumnya telah ada. Data yang dilansir oleh pihak SIBL menyatakan bahwa dana wakaf yang terkumpul sampai tahun 2007 adalah sebesar 14.513.000 Taka dalam jumlah Deposit (Rozalinda dalam Modul Ekonomi dan Keuangan Syariah, 2016).

Selanjutnya di negara tetangga yaitu Malaysia, ada lembaga yang didirikan khusus menangani wakaf yaitu Yayasan Wakaf Malaysia (YWM). YWM sendiri berdiri pada tahun 2008. Tujuan dari YWM sendiri adalah untuk mewujudkan lembaga pengelola wakaf yang bersih, teratur, seragam, dan sah secara syara' yang dapat membantu meningkatkan taraf hidup sosial-masyarakat di Malaysia. Tercatat pada tahun 2015, jumlah wakaf tunai yang berhasil dihimpun sebesar RM 8.161.421,38 atau setara dengan Rp 26.932.690.554 (Hasbullah dalam Modul Ekonomi dan Keuangan Syariah, 2016).

Selain itu wakaf saham di Malaysia oleh Johor Corporation Berhad dengan meluncurkan I-RET (Islamic Real Estate Investment Trust), saham wakaf dalam bentuk perkebunan dan ladang kelapa sawit oleh Pertumbuhan Kebajikan Anak Yatim (PERKAYA). Beberapa hasil wakaf yang diperoleh saat ini difokuskan untuk tujuan pembangunan infrastruktur pendidikan dan kesehatan seperti: Perumahan al-ehsan yang disewakan untuk orang-orang miskin dengan tarif sewa yang murah, pembangunan layanan pendidikan dengan 19 klinik wakaf al-nur, beberapa toko perniagaan dan pusat pelatihan untuk komunitas wakaf, dan pemanfaatan lainnya yang sangat luar biasa (Hasbullah dalam Modul Ekonomi dan Keuangan Syariah, 2016).

Setelah dilakukan penelusuran, hal yang menyatakan bahwa pemanfaatan dan pengelolaan wakaf uang di Indonesia masih kecil dan kurang matang dibandingkan Negara Bangladesh dan Negara Malaysia, salah satunya dapat dilihat ketika dilakukannya peluncuran program wakaf tunai oleh Tabung Wakaf Indonesia (TWI). Pada bulan juli 2005, TWI hanya dapat mengumpulkan dana sebanyak Rp1.099.145.598 dari target awal sebesar Rp2.000.000.000 (Republika dalam Lubis dan Wajdi, 2016). Padahal potensi wakaf uang yang dimiliki Indonesia sangat besar, bahkan dapat menjadi pembuka peluang dalam penggalangan tabungan tetap umat Islam. Potensi fleksibilitas wakaf tunai dapat diproyeksikan dengan permisalan. Misalkan jumlah muslim yang ingin berwakaf di Indonesia ada 15 juta orang, dengan rata-rata penghasilan Rp 1.425.000,00 sampai Rp 14.250.000,00. Dengan proyeksi tersebut, Indonesia akan memperoleh tabungan wakaf sebesar Rp 4.531.500.000.000,00 per tahunnya (Edwin Nasution dalam Lubis dan Wajdi, 2016). Potensi besar tersebut belum terkumpul secara maksimal dikarenakan kurangnya kesadaran dan pemahaman dari masyarakat mengenai wakaf tunai.

Untuk mengatasi permasalahan mengenai kurangnya kesadaran dan pemahaman dari masyarakat, maka dari itu diperlukannya penelitian lebih lanjut yang membahas mengenai faktor-faktor yang dapat berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam pemahaman mengenai wakaf tunai di Indonesia. Hal tersebut bertujuan agar optimalisasi dalam pengembangan wakaf dapat berdampak penuh terhadap masyarakat. Dari beberapa faktor yang dapat mempengaruhi minat dalam berwakaf, ada salah satu faktor yang sangat berpengaruh terhadap minat masyarakat untuk memahami mengenai produk atau

pelayanan dalam hal ini adalah minat berwakaf yaitu melalui pelayanan yang diberikan oleh lembaga (Kotler dan Amstrong, 2008).

Menurut Tjiptono (dalam Huda, 2012) menjelaskan bahwa untuk mengetahui pelayanan sebuah lembaga, kita dapat meneliti dari sisi kualitas pelayanan yang diberikan oleh lembaga penyedia produk maupun jasa. Untuk mengetahui kualitas pelayanan yang diberikan lembaga wakaf terhadap para konsumen, kita dapat meneliti hal tersebut melalui pendapat yang dirasakan oleh para konsumen dari lembaga tersebut (Tjiptono dalam Huda, 2012). Kualitas pelayanan ternyata memiliki keterhubungan dan berdampak terhadap kepuasan pelanggan, yang artinya dengan kualitas pelayanan yang baik dapat menentukan kepuasan yang diterima oleh para pelanggan dalam hal ini adalah konsumen (Nuraini dalam Armawan, 2007). Menurut Richard Oliver (dalam Armawan, 2007) menjelaskan bahwa Kepuasan pelanggan adalah hasil yang dikeluarkan konsumen setelah merasakan kenikmatan dimana tingkat pemenuhan selaras dengan keinginan para konsumen.

Menurut Prof J. Supranto (dalam Huda, 2012) menjelaskan bahwa ada beberapa strategi yang dapat digunakan untuk mengetahui dan mengukur kualitas pelayanan. Metode tersebut terkenal dan sering disebut RATER (*Reliability, Assurance, Tangibles, Emphaty, dan Responsiveness*) yang dipopulerkan oleh tim riset pemasaran pada tahun 1990-an. Metode RATER tersebut sangat sering digunakan oleh beberapa peneliti dan perusahaan dari dahulu sampai sekarang demi mengetahui ukuran kualitas pelayanan sebuah lembaga.

Beberapa penelitian yang dilakukan mengenai pengukuran kualitas pelayanan yang dilakukan oleh perusahaan jasa maupun produsen, telah menghasilkan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan

para pelanggan. Menurut Irawan (dalam Armawan, 2007) menjelaskan bahwa faktor-faktor tersebut dapat dilihat dari sisi kualitas produk yang dimiliki, kualitas pelayanan yang diberikan terhadap konsumen, kualitas servis sesuai dengan yang dijanjikan, faktor emosional yang mempengaruhi konsumen dalam membeli atau mengkonsumsi, dan yang terakhir adalah biaya dan kemudahan yang diterima oleh para konsumen. Dari beberapa faktor yang disebutkan, faktor-faktor tersebut yang memberi pengaruh besar terhadap kepuasan yang diterima oleh para pelanggan. Dengan mengetahui bahwa faktor-faktor diatas dapat mempengaruhi pandangan konsumen mengenai kepuasan melalui pelayanan yang diberikan oleh lembaga dan sudah sering digunakan oleh beberapa peneliti seperti Anjarsas (2016), Huda (2012), Nurwanti (2011), Yupitri dan Sari (2012).

Menurut beberapa penelitian diatas, telah menjelaskan bahwa pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Dalam hal ini, beberapa penelitian yang telah dilakukan telah memberi referensi kepada peneliti untuk menindaklanjuti apakah beberapa hasil penelitian tersebut juga dapat diterapkan terhadap penelitian yang ingin dilakukan oleh peneliti saat ini. Dengan tujuan awal peneliti ingin meneliti lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat berwakaf dari sisi kepuasan orang yang mewakafkan (*Waqif*) terhadap lembaga pengelola yaitu (*Nazhir*), beberapa penelitian diatas telah memberi rujukan kepada peneliti untuk melakukan penelitian yang mengkhususkan pada sisi pelayanan yang dilakukan oleh lembaga wakaf (*Nazhir*).

Dengan melakukan penelitian mengenai pelayanan yang diberikan oleh lembaga wakaf (*Nazhir*) akan berdampak terhadap kepuasan

pelanggan dalam hal ini adalah donatur (*wakif*), peneliti dapat menemukan apakah masalah yang terjadi dan apa saja faktor-faktor yang sebenarnya mempengaruhi minat berwakaf terhadap lembaga wakaf (*Nazhir*) di Indonesia. Dari hasil penelitian tersebut diharapkan berguna dalam meningkatkan pemahaman terhadap masyarakat mengenai wakaf, dan membantu pengembangan pengelolaan dan pemanfaatan wakaf agar dapat sesuai dengan tujuan awal wakaf yaitu kesejahteraan sosial.

Penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti berlokasi pada Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo. Lembaga wakaf (*nazhir*) Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo adalah salah satu lembaga yang dijadikan percontohan oleh Kementrian Agama di Indonesia dalam pengeleloaan dan praktisi wakaf tunai yang sudah diakui oleh Badan Wakaf Indonesia (BWI) Pusat seperti yang dikatakan oleh ketua Badan Wakaf Indonesia (BWI) Propinsi Jawa Timur (Kabargress, 2016). Meskipun lembaga wakaf (*nazhir*) Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo sendiri masih dikatakan baru dalam mengaplikasikan wakaf tunai di Indonesia, mereka sudah dapat berdiri secara terstandar mengikut standar yang harus dimiliki oleh lembaga wakaf (*nazhir*) yang dikeluarkan Badan Wakaf Indonesia (BWI) Pusat. Setelah itu pengaplikasian yang sudah dilakukan dengan bekerjasama dengan ahli dalam bidangnya dan pengelolaan mereka yang sudah terbuka dari sisi praktik maupun keuangan. Hal tersebut yang membuat peneliti menjadikan Lembaga wakaf (*nazhir*) Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo sebagai lokasi penelitian dalam penelitian kali ini.

Setelah melihat referensi penelitian diatas mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, peneliti memutuskan

menggunakan beberapa variabel independen yang akan diteliti dalam menentukan kepuasan donatur sebagai variabel dependen. Variabel tersebut adalah kualitas program (X1), kualitas pelayanan (X2), kemudahan yang diberikan (X3), dan faktor emosional (X4). Variabel-variabel tersebut digunakan dalam penelitian kali ini dikarenakan bahwa yang pertama yaitu variabel kualitas program (X1) adalah penentu kepuasan pelanggan yang multidimensi. Karena variabel kualitas program dapat menentukan awal mula para pelanggan dalam membeli dan menggunakan produk maupun jasa yang telah ditawarkan terhadap mereka. Dengan ketertarikan para konsumen terhadap program dari produk maupun jasa yang diperjualbelikan tersebut menjadi hipotesis awal mereka kegiatan konsumsi (Kotler dan Armstrong, 2008).

Selanjutnya yang kedua adalah variabel kualitas pelayanan (X2) karena dengan citra dan kualitas yang baik dari sudut pandang pelanggan, hal tersebut dapat mempengaruhi kepuasan yang diterima oleh pelanggan (Tjiptono dalam Huda, 2012). Yang ketiga yaitu variabel kemudahan yang diberikan (X3) adalah salah satu variabel yang menentukan para konsumen karena kemudahan adalah suatu pengorbanan yang dikeluarkan oleh pelanggan untuk mendapatkan produk atau pelayanan yang relatif mudah, nyaman dan efisien. Dan yang terakhir variabel faktor emosional (X4) dikarenakan menurut Irawan (2008) menjelaskan gaya hidup dari konsumen tersebut. Dalam faktor emosional terdapat tiga penentu yang sering digunakan yaitu *estetika*, *self expressive*, dan *brand personality*. Ketiga hal tersebut menjadi penentu dari para konsumen untuk menggunakan ataupun membeli produk dan jasa yang ditawarkan (Kotler dan Armstrong, 2008).

Sehubungan mengenai perubahan tingkat kepuasan dalam waktu yang ditentukan, itu adalah tergantung pandangan dari seorang donatur *Waqif*. Pada akhirnya telah memotifasi peneliti dalam meneliti kegiatan tersebut dengan memberikan judul **“Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan *Wakif* Terhadap Pelayanan Lembaga Wakaf”**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, dapat ditarik rumusan masalah yang akan peneliti bahas dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan dari variabel kualitas pelayanan (X1), kualitas program (X2), kemudahan yang diberikan (X3), dan faktor emosional (X4) terhadap kepuasan donatur (*Wakif*)?
2. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial dari variabel kualitas pelayanan (X1), kualitas program (X2), kemudahan yang diberikan (X3), dan faktor emosional (X4) terhadap kepuasan donatur (*Wakif*)?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penulisan peneliti dalam penelitian kali ini adalah:

1. Untuk mengetahui mengetahui dan menganalisis pengaruh yang signifikan secara simultan dari variabel kualitas pelayanan (X1), kualitas program (X2), kemudahan yang diberikan (X3), dan faktor emosional (X4) terhadap kepuasan donatur (*Wakif*).
2. Untuk mengetahui mengetahui dan menganalisis pengaruh yang signifikan secara parsial dari variabel kualitas pelayanan (X1),

kualitas program (X2), kemudahan yang diberikan (X3), dan faktor emosional (X4) terhadap kepuasan donatur (*Wakif*).

1.4. Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini peneliti berharap dapat bermanfaat, antara lain:

1. Untuk penulis sendiri sangat bermanfaat untuk menambah wawasan ataupun pengetahuan tentang seluk beluk mengenai wakaf.
2. Bagi akademisi, untuk menambahkan referensi dan literature yang ada tentang faktor- faktor yang mempengaruhi kepuasan waqif dalam berwakaf.
3. Untuk masyarakat umum dan para peminat yang ingin menjadi *wakif*, dapat dijadikan sebagai penambah wawasan dan pengetahuan tentang apa dan bagaimanasebenarnya faktor kepuasan yang berpengaruh dalam berwakaf.
4. Untuk keilmuan, penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai khazanah perkembangan keilmuan Ekonomi Islam dan menjadi sumbangsih dalam pengaplikasian pemahaman Ilmu Ekonomi Islam.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Wakaf

2.1.1 Pengertian Wakaf

Wakaf secara etimologi bermakna “menahan, mencegah, selama, tetap, paham, menghubungkan, mencabut, Meninggalkan dan lain sebagainya” (Ma'luf dalam modul ekonomi dan keuangan syariah, 2016). Wakaf juga memiliki arti kata *mashdar* (kata dasar dari kalimat *waqafa-yaqifu-waqfan*) (Al-'utsaimin dalam Modul Ekonomi dan Keuangan Syariah, 2016). Arti wakaf dalam kamus besar bahasa Indonesia adalah pemberian yang ikhlas dari seseorang berupa benda bergerak atau tidak bergerak bagi kepentingan umum yang dibentuk dan berkaitan dengan agama (Tim Prima Pena dalam Modul Ekonomi dan Keuangan Syariah, 2016)

Berdasarkan *mauquf* atau harta wakaf, berdasarkan pasal 16 ayat (1) UU No. 41 Tahun 2004 tentang wakaf terdapat dua jenis wakaf, yaitu:

a. Wakaf benda tidak bergerak, meliputi:

- 1) Hak atas tanah sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku, baik yang sudah maupun yang belum terdaftar.
- 2) Bangunan atau bagian bangunan yang terdiri di atas tanah (sebagaimana dimaksud pada poin 1).
- 3) Tanaman dan benda lain yang berkaitan dengan tanah.
- 4) Hak milik atas satuan rumah susun sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- 5) Benda tidak bergerak lainnya sesuai dengan ketentuan syariah peraturan perundang-undangan yang berlaku.

b. Wakaf benda bergerak, yaitu:

- 1) Uang
- 2) Logam Mulia
- 3) Surat Berharga
- 4) Kendaraan
- 5) Hak Atas Intelektual
- 6) Hak Sewa
- 7) Benda bergerak lain sesuai dengan ketentuan syariah peraturan perundang- undangan yang berlaku

Berdasarkan substansi dalam ekonomi, wakaf terdiri atas:

- a. Wakaf langsung, yaitu wakaf untuk memberikan pelayanan langsung kepada orang- orang yang berhak, seperti masjid, sekolah, dan rumah sakit.
- b. Wakaf produktif yaitu wakaf harta yang dikembangkan sehingga menghasilkan keuntungan bersih yang nantinya akan diberikan kepada orang- orang yang berhak sesuai dengan tujuan wakaf, seperti kegiatan sosial dan peribadatan.
- c. Wakaf tunai atau wakaf uang, adalah berupa uang yang diwakafkan untuk menjadi dana pinjaman bergulir tanpa bunga bagi pihak- pihak yang membutuhkan dan menjadi modal usaha bagi usaha- usaha produktif (Uha dalam modul ekonomi dan keuangan syariah, 2016).

2.1.2 Pengertian Wakaf Uang

Dalam Fatwa Majelis Ulama Indonesia disebut bahwa wakaf uang adalah wakaf yang dilakukan seseorang, kelompok orang, lembaga atau badan hukum dalam bentuk uang. Termasuk ke dalam pengertian uang tersebut adalah surat berharga. Selintas menurut para ahli wakaf uang tampak seperti instrument keuangan Islam lainnya seperti zakat, infaq,

shadaqah (ZIS). Faktanya mengenai perbedaan antara instrument-instrument tersebut, dalam ZIS dana pokoknya langsung diberikan kepada pihak yang berhak dan pada wakaf sendiri pokoknya harus diinvestasikan terus menerus hingga umat memiliki dana yang selalu ada dan insyaallah bertambah dan hasilnya dapat digunakan sebagai pendanaan kepada rakyat miskin (Anshori dalam Usman, 2013).

Dalam Al-Qur'an hukum wakaf uang juga terdapat dalam hukum wakaf tanah (Anshori dalam Usman, 2013), sebagai berikut:

1. A-Qur'an Surah Ali Imran ayat 92, yang artinya:

“kamu sekali-kali sampai kepada kebaikan (yang sempurna), sebelum kamu menafkahkan sebagian harta yang kamu cintai. Dan apa saja yang kamu nafkahkan, maka sesungguhnya Allah mengetahuinya.”

2. A-Qur'an Surah Al-Baqarah ayat 262, yang artinya:

“perumpamaan (nafkah yang dikeluarkan oleh) orang yang menafkahkan hartanya di jalan Allah adalah serupa dengan sebutir benih yang menumbuhkan tujuh butir, pada tiap butir: seratus biji. Allah melipatgandakan (ganjaran) bagi siapa yang Dia kehendaki. Dan Allah maha luas (karunia-nya) lagi maha mengetahui. Orang yang menafkahkan hartanya di jalan Allah, kemudian mereka tidak mengiringi apa yang dinafkakkannya itu dengan menyebut-nyebut pemberiannya dan dengan tidak menyakiti (perasaan penerima), mereka memperoleh pahala di sisi Tuhan mereka. Tidak ada kekhawatiran terhadap mereka dan tidak (pula) mereka bersedih hati.”

Menurut Anshori (dalam Usman, 2013) menjelaskan rukun dan syarat wakaf uang adalah sama dengan rukun dan syarat pada wakaf tanah, yaitu:

1. Ada orang yang berwakaf (*waqif*)
2. Ada harta yang diwakafkan (*mauquf*)
3. Ada tempat kemana diwakafkan harta tersebut/ tujuan wakaf (*mauquf 'alaih*)
4. Ada akad/ pernyataan wakaf (*sighat*) atau ikrar wakaf.

Selanjutnya beberapa manfaat sekaligus keunggulan wakaf uang menurut Anshori (dalam Usman, 2013), yaitu:

1. Wakaf uang jumlahnya bisa bervariasi, seorang yang memiliki dana terbatas sudah bisa mulai memberikan dana wakafnya tanpa harus menunggu menjadi tuan tanah terlebih dahulu.
2. Melalui wakaf uang, aset- aset wakaf yang berupa tanah- tanah kosong bisa mulai dimanfaatkan dengan pembangunan gedung atau diolah untuk lahan pertanian.
3. Dana wakaf uang bisa digunakan untuk membantu sebagian lembaga- lembaga pendidikan Islam yang *cash-flow*-nya terkadang kempis dan menggaji civitas akademik alakadarnya.
4. Pada gilirannya, umat Islam dapat mandiri dalam mengembangkan dunia pendidikan tanpa harus terlalu tergantung pada anggaran pendidikan negara yang semakin lama semakin terbatas.

Tujuan yang terdapat wakaf uang adalah:

1. Melengkapi perbankan Islam dengan produk wakaf uang yang berupa suatu sertifikat berdenominasi tertentu yang diberikan kepada para *wakif* sebagai bukti keikutsertaan.
2. Membantu penggalangan tabungan sosial melalui Sertifikat Wakaf Uang yang dapat diatasmamakan orang- orang tercinta baik yang masih hidup maupun yang telah meninggal, sehingga dapat memperkuat integrasi kekeluargaan di antara umat.

3. Meningkatkan investasi sosial dan mentransformasikan tabungan sosial menjadi modal sosial dan membantu pengembangan pasar modal sosial.
4. Menciptakan kesadaran orang kaya terhadap tanggung jawab sosial mereka terhadap masyarakat sekitarnya, sehingga keamanan dan kedamaian sosial dapat tercapai (Anshori dalam Usman, 2013).

2.1.3 Pengelolaan Wakaf Oleh Lembaga Wakaf (*Nazhir*)

Makna *Nazhir* adalah penjaga, pimpinan, pengelola, kepala, atau direktur, disebut juga dengan *mutawali*, yang diberi kuasa dan persetujuan, pelaksanaan, pimpinan, atau arahan. Jadi dapat dikemukakan bahwa *Nazhir* adalah orang atau pihak yang berhak untuk bertindak terhadap harta wakaf, baik untuk memelihara, mengerjakan berbagai hal yang memungkinkan harta itu tumbuh dengan baik, maupun penyaluran hasilnya kepada orang yang berhak (Munawwir dalam Lubis dan Wajdi, 2016).

Menurut Lubis dan Wajdi (2016) menjelaskan bahwa *Nazhir* adalah pihak yang menerima harta benda wakaf dari para *wakif* untuk dikelola dan dikembangkan sesuai dengan penggunaan, menyangkut perseorangan, organisasi, atau perusahaan korporasi. *Nazhir* perseorangan harus memenuhi persyaratan yaitu: warga negara Indonesia, Dewasa, Amanah, Mampu secara jasmani dan rohani, Serta tidak terhalang melakukan perbuatan hukum. Untuk organisasi dan perusahaan korporasi, selain memenuhi persyaratan *Nazhir* perseorangan juga harus memenuhi persyaratan bahwa organisasi atau perusahaan korporasi itu bergerak dalam bidang sosial, pendidikan, kemasyarakatan dan/atau keagamaan Islam. Bila *Nazhir* perusahaan, maka perusahaan tersebut dibentuk sesuai dengan perundang-undangan yang berlaku. Dalam melaksanakan

tugasnya, *Nazhir* mendapat pembinaan dan terdaftar pada Menteri Agama dan Badan Wakaf Indonesia.

Selanjutnya dalam Usman (2013) menjelaskan bahwa dalam Undang-Undang Nomor 41 Tahun 2004 telah memperluas benda yang dapat diwakafkan oleh *wakif*, yang secara umum terbatas kepada tidak bergerak atau benda tetap seperti tanah dan bangunan, kini benda bergerak, baik berwujud maupun tidak berwujud dan benda bergerak lainnya yang dapat diwakafkan. Dikemukakan bahwa *wakif* (pihak yang mewakafkan harta bendanya) dapat mewakafkan benda bergerak berupa uang (wakaf uang), yang dilakukan melalui Lembaga Keuangan Syariah yang ditunjuk oleh menteri yang bertanggung jawab di bidang agama sebagai Lembaga Keuangan Syariah Penerima Wakaf Uang (LKS-PWU). LKS yang ditunjuk tersebut atas dasar saran dan pertimbangan dari Badan Wakaf Indonesia (BWI) setelah pertimbangan saran terkait instansi.

Dalam pasal Tentang tugas- tugas *Nazhir* sendiri, telah terdapat pada Undang- Undang Wakaf pasal 11 yaitu:

1. Melakukan pengelolaan harta benda wakaf.
2. Mengelola dan mengembangkan harta benda wakaf sesuai dengan tujuan, fungsi dan kegunaannya.
3. Mengawasi dan melindungi harta benda wakaf.
4. Melaporkan pelaksanaan tugas kepada Badan Wakaf Indonesia.

Dalam melaksanakan tugasnya sebagai *Nazhir* wakaf, *Nazhir* dapat menerima imbalan yang besarnya tidak lebih dari 10% dari hasil bersih investasi yang telah dilakukan. Hal tersebut telah sesuai dengan ketentuan pasal 12 Undang- Undang Wakaf.

Dari uraian diatas menjelaskan bahwa *Nazhir* wakaf harus profesional. Profesional adalah suatu tindakan atau kebijaksanaan kepada suatu

pengaturan kegiatan usaha secara tepat (Krishna dalam Lubis dan Wajdi, 2016). Profesional tidak harus berkiblat dengan teknologi, gaji yang tinggi, dan fasilitas mewah. Profesional dalam kerja merupakan suatu yang dituntut dalam ajaran Islam, hal tersebut berdasarkan beberapa prinsip (Anwar dalam Lubis dan Wajdi, 2016) yaitu:

1. Kerja itu dilaksanakan berdasar pengetahuan, ini dapat dipahami dari ayat Al- Qur'an yang mengemukakan bahwa tidak dapat ikut sesuatu, jika tidak memiliki pengetahuan tentang itu (Q.S. Al-Isra (17) ayat 36)
2. Kerja harus dilaksanakan berdasarkan keanggotaan, ini dipahami dari hadist yang mengemukakan bahwa sesuatu urusan diserahkan bukan kepada ahlinya akan terjadi kehancuran (Hadist Bukhari Nomor 59)
3. Orientasi mutu dan eksternal yang baik, ini dipahami dari (Q.S. Al-Mulk (67) ayat 2)
4. Bahwa segala pekerjaan diawasi. Ini dapat dipahami dari firman Allah yang mengemukakan bahwa Allah Swt., Rasul Saw. Ketika masyarakat melihat pekerjaan yang dilaksanakan (Q.S At-Taubah (9) ayat 105)
5. Pekerjaan dilakukan dengan penuh semangat. Ini dapat dipahami dari Al-Quran yang menegaskan bahwa Allah Swt. Menugaskan manusia untuk bekerja memakmurkan bumi (Q.S. Hud (11) ayat 61)
6. Orang bekerja berhak memperoleh imbalan. Ini dapat dipahami dari Al-Quran yang mengemukakan bahwa orang yang melakukan sesuatu akan diberi imbalan yang sesuai (Q.S. An-Najm (53) ayat 31)

Berdasarkan prinsip kerja diatas, seorang *Nazhir* harus profesional. *Nazhir* profesional adalah *Nazhir* yang melakukan aktivitasnya secara tepat dan kegiatan itu sebagai sumber nafkah hidup. Tugas *Nazhir* itu dilaksanakan dengan profesional dan berketerampilan yang tinggi dan

melibatkan persetujuan pribadi (yang mendalam). Untuk itu, *Nazhir* profesional harus melaksanakan aktivitasnya dengan waktu penuh dan hidup dari aktivitasnya itu dengan mengandalkan keprofesionalannya dan berketerampilan tinggi (Departemen Agama RI dalam Lubis dan Wajdi, 2016).

2.2 Teori Kualitas Pelayanan

2.2.1 Pengertian Kualitas

Kualitas adalah sebagai suatu strategi dasar bisnis yang menghasilkan barang dan jasa yang memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen internal dan eksternal, secara implisit maupun eksplisit (Buddy dalam Huda, 2012). Selanjutnya definisi menurut Kotler (dalam Huda, 2012) mengenai kualitas adalah, “Seluruh ciri serta sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat”. Dari pernyataan diatas menjelaskan bahwa suatu produk baik barang maupun jasa dikatakan berkualitas berdasarkan pada penilaian oleh konsumen, dan seorang produsen dapat memberikan kualitas bila produk atau pelayanannya dapat memenuhi ekspektasi para konsumen.

2.2.2 Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Usmara dalam (Huda, 201), menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu pernyataan mengenai sikap, hubungan yang dihasilkan dari perbandingan antara ekspektasi (harapan) dengan kinerja (hasil). Selanjutnya definisi mengenai kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian terhadap tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dengan kata lain adanya dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa yaitu *expected service* dan *perceived service*. Ketika jasa dan kualitas yang

diharapkan sesuai, maka kualitas dari jasa tersebut dapat dikatakan baik dan memuaskan (Tjiptono dalam Huda, 2012).

Dalam kualitas diperperluan saling keterhubungan antara kebutuhan pelanggan dengan kepuasan pelanggan. Dengan citra dan kualitas yang baik dari sudut pandang pelanggan, hal tersebut dapat mempengaruhi kepuasan yang diterima oleh pelanggan tersebut. Pelanggan yang menentukan kualitas dari barang ataupun jasa tersebut memuaskan atau tidaknya. Dengan demikian, kualitas penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggan perlu dilakukan secara konsisten.

2.3 Teori Kepuasan Pelanggan

Menurut Nicholson dalam (Armawan, 2007) menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan dirumuskan melalui model preferensi individu dengan menggunakan konsep utilitas, dan didefinisikan sebagai kepuasan yang diterima seseorang akibat aktivitas yang dilakukan. Selanjutnya penjelasan kepuasan dalam konsep utilitas adalah setiap barang dapat memberikan kepuasan kepada konsumen yang menggunakan barang tersebut. Jadi, jika seorang konsumen meminta suatu barang, pada dasarnya yang diminta adalah utilitas barang tersebut (Nuraini dalam Armawan, 2007).

2.3.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan

Hal yang penting mengenai penjualan barang dan jasa adalah perasaan dari konsumsi dari seorang konsumen. Ketika kepuasan pelanggan terhadap barang atau jasa yang dikonsumsi maka dapat dikatakan berhasil terhadap penjualan yang dilakukan. Hal tersebut dapat meningkatkan penjualan dikarenakan kualitasnya tersebar ke konsumen lainnya.

Definisi kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang telah dirasakan

dibandingkan dengan harapan (Kotler dalam Kurniawati, 2016). Selanjutnya menurut Richard Oliver (dalam Armawan, 2007) menjelaskan bahwa kepuasan adalah respon pemenuhan dari konsumen. Kepuasan adalah hasil dari penilaian konsumen produk atau pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan dimana tingkat pemenuhan bisa berlebih maupu berkurang. Kepuasan adalah sebagai persepsi terhadap produk ataupun jasa yang telah memenuhi harapan. Karena hal tersebut, pelanggan tidak akan puas apabila pelanggan mempunyai pemikiran bahwa harapan mereka belum sepenuhnya terpenuhi (Irawan dalam Armawan, 2007).

2.3.2 Strategi Kepuasan Pelanggan

Strategi kepuasan pelanggan dapat menyebabkan persaingan dalam memperebutkan pelanggan membutuhkan usaha keras dan biaya yang tinggi. Berikut adalah beberapa strategi yang dapat dipadukan dalam meraih dan meningkatkan kepuasan pelanggan (Tjiptono dalam Huda, 2013), yaitu:

1. Strategi *Relationship Marketing*, Adalah strategi dimana suatu transaksi antara penjual dan pelanggan berkelanjutan dan tidak berakhir setelah penjualan pertama. Terjalinnya kemitraan dengan pelanggan yang terus- menerus. Hal ini dapat diimplementasikan dengan membuat daftar pelanggan dan memprioritaskan pelanggan jangka panjang. Hal tersebut dapat menumbuhkan loyalitas pelanggan sehingga terjadi transaksi ulang.
2. Strategi *Superior Customer Service*, Adalah strategi dimana perusahaan berorientasi untuk menawarkan pelayanan yang lebih baik dibandingkan pesaing lainnya. Hal tersebut membutuhkan dana besar,

kemampuan sumber daya manusia, dan usaha yang gigih agar tercipta pelayanan yang *superior*.

3. Strategi *Unconditional Guarantees*, Strategi ini intinya adalah komitmen untuk memberikan kepuasan terhadap pelanggan yang pada gilirannya akan menjadi sumber dinamisme penyempurnaan mutu produk atau jasa dan kinerja perusahaan.
4. Strategi Penanganan Keluhan yang Efisien, Penanganan dalam keluhan memberikan peluang untuk mengubah seorang pelanggan yang tidak puas bisa menjadi puas. Kecepatan dan ketepatan penanganan merupakan hal yang terpenting dalam mewujudkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan. Semua pihak dalam perusahaan berhak dan wajib turut campur dalam penanganan keluhan terutama dalam pihak manajemen puncak.
5. Strategi Peningkatan Kinerja Perusahaan, Adalah berbagai upaya seperti melakukan pemantauan dan pengukuran kepuasan pelanggan secara berkesinambungan, memberikan pendidikan dan pelatihan menyangkut komunikasi, *salesmanship*, dan *public relations* kepada pihak manajemen dan karyawan, memasukkan unsur kemampuan untuk memuaskan pelanggan kedalam sistem penilaian prestasi karyawan, dan memberikan *empowerment* yang lebih besar terhadap karyawan dalam melaksanakan tugasnya.
6. Strategi Penerapan *Quality Function Development (QFD)*, Adalah praktik dalam merancang suatu proses sebagai tanggapan terhadap kebutuhan pelanggan. QFD berusaha menerjemahkan apa yang dibutuhkan pelanggan menjadi apa yang dihasilkan oleh organisasi. QFD memungkinkan suatu perusahaan untuk memprioritaskan kebutuhan pelanggan, menemukan tanggapan inovatif terhadap

kebutuhan tersebut, dan memperbaiki proses hingga mencapai efektivitas maksimum.

2.3.3 Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Berbagai macam jenis metode pengukuran tingkat kepuasan Pelanggan yang digunakan untuk menilai sebuah perusahaan atau organisasi yang menitik beratkan terhadap kesuksesan bisnisnya pada kepuasan konsumen saat ini. Para ahli sepakat bahwa untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan, terutama pada perusahaan jasa adalah dengan membandingkan antara keinginan dengan kenyataan yang diterima oleh konsumen sendiri seperti yang diungkapkan oleh Montgomery dan dikutip oleh Prof. J. Supranto (dalam Huda, 2012).

Metode ini sering disebut dengan istilah SERVQUAL (*service quality*). Metode tersebut pertama kali dipopulerkan oleh tim riset pemasaran yang dilakukan pada pertengahan tahun 80-an Prof. J. Supranto (dalam Huda, 2012). Beberapa aspek yang diteliti dalam metode SERVQUAL ialah:

1. *Tangibles* (Bukti Nyata), penampilan fisik fasilitas, peralatan, personel, dan media komunikasi.
2. *Reliability* (Keandalan), kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan secara tepat dan terpercaya.
3. *Responsiveness* (ketanggapan), kemauan untuk membantu permasalahan.
4. *Competence* (kompetensi), kemampuan dan pengetahuan yang dibutuhkan untuk memberikan jasa.
5. *Courtesy* (kesopanan), sikap sopan santun, hormat, perhatian, dan bersahabat dalam menjalin hubungan dengan konsumen.
6. *Credibility* (kredibilitas), dapat dipercaya, meyakinkan dan jujur dalam memberikan jasa.

7. *Feel Sercure* (merasa aman), rasa terbebas dari bahaya, kerugian, atau keraguan
8. *Access* (akses), kemudahan untuk ditemui dan dihubungi.
9. *Communication* (komunikasi), kemauan untuk mendengarkan konsumen dan menjawab pertanyaan mereka, memberikan informasi kepada konsumen, dan menggunakan bahasa/istilah yang mudah dipahami.
10. *Understanding The Customer* (memahami konsumen), usaha untuk memahami konsumen dengan segala kebutuhan mereka.

Dalam perkembangannya memasuki awal tahun 1990-an, aspek-aspek tersebut kemudian disempurnakan menjadi lima dimensi, yang biasa dikenal dengan singkatan RATER, yaitu:

1. *Reliability* (kendalan), kemampuan untuk melaksanakan jasa yang digunakan dengan tepat dan terpercaya.
2. *Assurance* (Jaminan), pengetahuan, sikap dan kemampuan karyawan untuk meningkatkan kepercayaan dan keyakinan konsumen.
3. *Tangibles* (Bukti Nyata), penampilan fisik fasilitas, peralatan, personel, dan media komunikasi yang ada.
4. *Emphaty* (Empati), kemampuan untuk peduli dan memberikan perhatian lebih bagi konsumen.
5. *Responsiveness* (Ketanggapan), kemauan untuk membantu permasalahan konsumen dan memberikan jasa dengan cepat dan tanggap.

2.3.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

2.3.4.1 Kualitas produk

Kepuasan pelanggan akan terlihat ketika mereka telah menggunakan dan membeli produk ataupun layanan yang tersedia.

Kualitas produk adalah penentu kepuasan pelanggan yang multidimensi. Kualitas produk tersebut memiliki dimensi yang global dan ada beberapa elemen yang menentukan kualitas dari sebuah produk maupun jasa (Irawan, 2008).

Dimensi tersebut terbagi menjadi enam dimensi, dimensi tersebut yang pertama adalah dimensi performa (*performance*) yang menjelaskan fungsi utama dari suatu produk. Dimensi yang kedua adalah reabilitas (*reliability*) yang menjelaskan apakah produk ataupun jasa yang dihasilkan berkerja secara memuaskan atau tidak dalam satu periode. Dimensi yang ketiga adalah fitur (*feature*), dimensi ini membahas karakteristik produk yang perlu disempurnakan untuk menambah ketertarikan konsumen untuk mengonsumsi produk maupun jasa tersebut. Dimensi keempat adalah frekuensi pemakaian (*durability*) yang membahas mengenai durasi pemakaian produk di pasaran. Dimensi kelima adalah *conformance* yang membahas mengenai apakah suatu produk yang dipasarkan sesuai dengan standar yang telah ditentukan. Selanjutnya adalah dimensi yang terakhir yaitu *desain*, dimensi ini membahas aspek emosional yang dapat mempengaruhi konsumen untuk menggunakan ataupun membeli produk dan jasa yang dipasarkan (Irawan, 2008).

2.3.4.2 Harga

Pengertian harga adalah sejumlah nilai yang dipertukarkan untuk memperoleh suatu produk bagi pelanggan yang sensitive biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan *value of money* yang tinggi (Irawan, 2008). Selanjutnya menurut penelitian yang dilakukan oleh

Wijayanti (2009) membuktikan bahwa harga berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan pelanggan. Dari pernyataan menurut para ahli dan hasil penelitian yang ada, dapat disimpulkan bahwa secara garis besar, harga memiliki pengaruh yang dapat menentukan sebuah kepuasan pelanggan.

2.3.4.3 Kualitas Servis (*Service Quality*)

Kualitas servis sangat bergantung terhadap tiga hal yaitu sistem, teknologi, dan manusia. Menurut Irawan (2008) dan Suryani (2008), kualitas servis memiliki beberapa aspek yang dapat meningkatkan pelayanan dari suatu perusahaan maupun produsen yang memasarkan produk dan jasa mereka di pasaran. Aspek yang digunakan adalah *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty*. Kelima aspek tersebut yang menentukan secara global dalam menentukan kualitas servis yang sesuai dengan standar.

2.3.4.4 Faktor Emosional (*Emotional Factor*)

Faktor emosional adalah faktor yang memiliki hubungan dengan gaya hidup seseorang (Irawan, 2008). Beliau membagi faktor emosional menjadi tiga yaitu *estetika*, *self expressive*, dan *brand personality*. Aspek *estetika* adalah bentuk, yang meliputi besar kecilnya, bentuk sudut, proporsi, dan kesimetrisan. Selanjutnya, aspek *self expressive* adalah sebuah kepuasan yang timbul dikarenakan lingkungan sosial disekitar. Aspek yang terakhir adalah aspek *brand personality* yang memberikan kepuasan kepada pelanggan secara internal bergantung kepada pandangan orang di sekitarnya.

2.3.4.5 Biaya dan Kemudahan

Menurut Irawan (2008) menjelaskan bahwa biaya dan kemudahan adalah suatu pengorbanan yang dikeluarkan oleh pelanggan untuk mendapatkan produk atau pelayanan yang relatif mudah, nyaman dan efisien. Pelanggan akan semakin puas apabila relatif mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan jasa maupun produk yang dipasarkan.

2.4 Model Perilaku Konsumen

Kotler dan Armstrong (2008) menjelaskan bahwa dalam pembelian setiap harinya para konsumen membuat banyak keputusan. Beberapa perusahaan meneliti keputusan yang dilakukan oleh para konsumen secara rinci untuk menjawab apa, dimana, berapa, kapan, mengapa, dan berapa banyak yang mereka konsumsi. Mereka mempelajari untuk menemukan perilaku konsumen yang bisa digunakan untuk perusahaan.

Dalam penjelasan mengenai rangsangan pemasaran, Kotler dan Armstrong (2008) menjelaskan bahwa terdiri dari empat yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*). Rangsangan pemasaran bertujuan untuk memahami bagaimana rangsangan tersebut dapat diubah menjadi respon para konsumen seperti mempengaruhi karakteristik pembeli mengenai rangsangan untuk konsumsi dan dapat mempengaruhi proses keputusan sang pembeli.

2.4.1 Karakteristik yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Menurut Kotler dan Armstrong (2008) dalam bukunya menjelaskan bahwa ada beberapa karakteristik yang mempengaruhi perilaku para konsumen, seperti:

- a. Budaya: subbudaya dan kelas sosial
- b. Sosial: kelompok referensi, keluarga, peran dan status

- c. Pribadi: usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri
- d. Psikologis: motivasi, persepsi, pembelajaran, kepercayaan dan sikap

Faktor-faktor diatas pada umumnya sudah terbukti dalam lapangan bahwa dapat mempengaruhi perilaku seorang konsumen yang menghasilkan keputusan untuk menggunakan maupun mengkonsumsi sebuah produk maupun jasa yang ditawarkan kepada mereka.

2.5 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian sebelumnya yang membahas mengenai analisis kepuasan, pengaruh kualitas pelayanan sebagai topik utama yaitu:

Tabel 2.1: Tabel Penelitian Terdahulu

No.	Tahun	Nama	Judul	Hasil
1.	2013	Ekky Ayu Anjarsasi	Pengaruh <i>Service Recovery</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Studi Pada PT. Astra International Daihatsu TBK. Cabang Kediri)	Menjelaskan Bahwa <i>Service Recovery</i> Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan Pada PT. Astra International Daihatsu Tbk.
2	2013	Jauharil Huda	Analisis Kualitas Pelayanan Hubungannya Dengan Kepuasan Donatur Pada Lembaga Amil Zakat Infaq Dan Shodaqoh (LAZIS) Al Haromain Cabang Malang	Secara Parsial Maupun Simultan, Kualitas Pelayanan Pelanggan Berpengaruh Positif Terhadap Kepuasan Donatur

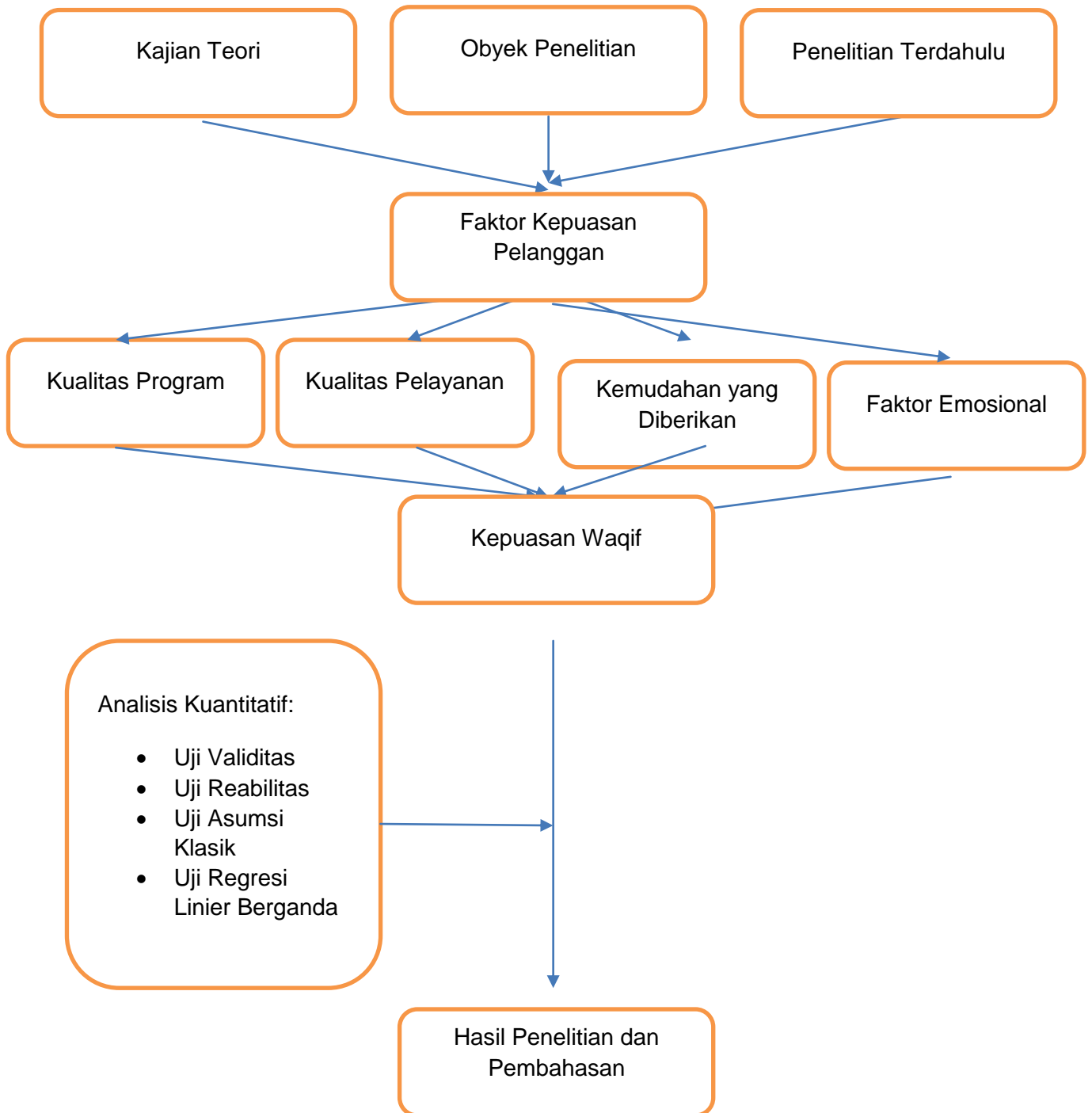
No.	Tahun	Nama	Judul	Hasil
3.	2007	Jauharil Huda	Analisis Faktor- Faktor Bank Dan Internal Nasabah Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Malang)	Faktor karakteristik bank, Pelayanan bank, pengetahuan bank syariah, dan persepsi terhadap bunga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah
4.	2013	Rika Yuni Rahmawati	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan <i>Muzakki</i> Lembaga Amil Zakat Infaq Dan Shadaqah Nahdhatul Ulama (LAZISNU) Gunungkidul	Variabel <i>Tangible</i> , <i>Reliability</i> , <i>Responsiveness</i> , <i>Assurance</i> , dan <i>Empathy</i> secara simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan <i>Muzakki</i> LAZISNU Gunungkidul.
5.	2011	Harlina Nurwanti	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Survei Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Malang)	Variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap kepuasan nasabah

Sumber: Hasil Literasi Jurnal Penelitian Terdahulu, 2016

Berdasarkan jurnal- jurnal diatas, dapat disimpulkan bahwa terdapat beberapa perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang saat ini dilakukan. Posisi penelitian kali ini sebagai penelitian pembaharuan dari beberapa penelitian sebelumnya yang telah dilakukan. Variabel yang digunakan bersifat baru dalam hal obyek yang diteliti. Dalam Hal ini obyek yang diteliti adalah Para *Wakif* yang mewakafkan hartanya melalui *Nazhir* yaitu lembaga Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo. Selanjutnya Variabel yang mempengaruhinya yaitu dari kualitas program, kualitas pelayanan, faktor kemudahan dan faktor emosional dari sang *Wakif*.

2.6 Kerangka Pemikiran

Kerangka pikir merupakan model konseptual mengenai bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting (Sekaran dalam Huda, 2012). Berbagai macam cara dapat dilakukan oleh perusahaan ataupun lembaga dalam memberikan kepuasan maksimal kepada *waqif*, salah satu cara yang dapat dilakukan lembaga adalah dengan memberikan pelayanan maksimal terhadap *waqif*. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur besarnya pengaruh dari beberapa dimensi kualitas yang terdiri dari variabel kualitas program, variabel kualitas pelayanan, variabel kemudahan yang diberikan, variabel faktor emosional terhadap kepuasan *waqif* pada Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Surabaya. Selanjutnya, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui variabel manakah yang memiliki pengaruh besar terhadap kepuasan *waqif* pada Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Surabaya. Untuk mengetahui hasil dari perumusan masalah diatas, maka dalam penelitian ini menggunakan alat analisis uji validitas, uji reabilitas, uji asumsi klasik, dan uji regresi linier berganda.

Gambar 2.1: Kerangka Pikir Alur Penelitian

Sumber: Hasil Ilustrasi Peneliti

2.7 Hipotesis Penelitian

Hipotesis menurut Sekaran dalam (Anjarsasi, 2016) merupakan hubungan yang diperkirakan secara logis diantara beberapa variabel yang diungkapkan dalam bentuk pernyataan yang dapat diujikan. Hubungan yang diperkirakan tersebut berdasarkan jaringan asosiasi yang telah ditetapkan dalam kerangka teoritis yang dirumuskan dalam studi penelitian.

Berdasarkan Berbagai teori dan konsep penelitian yang digunakan, maka pada penelitian ini dapat diajukan beberapa hipotesis sebagai berikut:

H1: Variabel Kepuasan (Y) dipengaruhi secara simultan oleh variabel Kualitas program (X1), Kualitas pelayanan (X2), Kemudahan yang diberikan (X3), dan Faktor emosional (X4).

H2: Variabel Kualitas program (X1) berpengaruh secara simultan terhadap Variabel Kepuasan (Y).

H3: Variabel Kualitas pelayanan (X2) berpengaruh secara simultan terhadap Variabel Kepuasan (Y).

H4: Variabel Kemudahan yang diberikan (X3) berpengaruh secara simultan terhadap Variabel Kepuasan (Y).

H5: Variabel Faktor emosional (X4) berpengaruh secara simultan terhadap Variabel Kepuasan (Y).

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Metode yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian kali ini adalah dengan metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat deskriptif menggunakan alat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah dibuat (Sugiyono dalam Anjarsasi, 2016).

Berdasarkan dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian yang dibuat, maka jenis penelitian ini menggunakan *explanatory research*. *Explanatory research* adalah penelitian yang menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta hubungan atau pengaruh antara satu variabel dengan variabel lainnya (Zulganef, 2008).

Dari definisi diatas, maka jenis penelitian yang dipilih bertujuan untuk menjelaskan dan melakukan pengujian hubungan antara variabel- variabel bebas terhadap variabel terikat dalam hal ini variabel bebasnya adalah kualitas program, kualitas pelayanan, kemudahan yang diberikan, faktor emosional dan variabel terikatnya adalah Kepuasan *Wakif*.

3.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan objek atau tempat berlangsungnya penelitian dilakukan yang mana memberikan gambaran mewakili variabel- variabel yang diteliti melalui data- data yang diperoleh. Lokasi penelitian ini berada pada kota Sidoarjo. Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera tepatnya terletak di Blukid Residence A/09 Sidoarjo, Jawa Timur.

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi adalah sekelompok orang, kejadian, atau hal-hal yang menarik untuk diteliti yang telah dibatasi oleh peneliti itu sendiri (Sekaran dalam Zulganef, 2008). Populasi pada penelitian ini adalah para donatur wakaf (*Wakif*) pada Lembaga *Nazhir* Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo, yaitu sejumlah 40 *Wakif*.

Sampel adalah proses memilih sejumlah unsur populasi secara memadai (*Sufficient*), sehingga dengan mempelajari unsur tersebut, dapat memahami karakteristik, dan arakteristik tersebut menggeneralisasi karakteristik unsur-unsur populasi (Sekaran dalam Zulganef, 2008). Selanjutnya menurut Sugiyono (dalam Kurniawati, 2016) menjelaskan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi. Dari kedua pengertian diatas menjelaskan bahwa sampel adalah bagian dari populasi. *Teknik sampling* yang digunakan dalam penelitian kali ini adalah total sampling. Total sampling adalah teknik pengambilan sampel dimana jumlah sampel sama dengan populasi (Sugiyono, 2007). Alasan penggunaan total sampling dikarenakan menurut Sugiyono (2007) jumlah populasi yang kurang dari 100, seluruh populasi digunakan sebagai sampel secara keseluruhan.

3.4 Data

3.4.1 Jenis Data

Dalam melengkapi penelitian yang dilakukan, maka perlu didukung oleh data yang lengkap dan akurat. Berdasarkan sumbernya, jenis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder:

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang mengacu pada informasi yang diperoleh dari tangan pertama oleh peneliti yang berkaitan dengan variabel minat untuk tujuan spesifik studi (Sekaran dalam Kurniawati, 2016). Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengumpulan jawaban responden melalui kuesioner yang diberikan pada para donatur (*Wakif*) Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber yang telah ada. Data tersebut bisa berbentuk tabel, grafik, diagram, gambar dan sebagainya. Data tersebut diperoleh melalui survey literature yang dilakukan di perpustakaan maupun di internet. Dalam penelitian ini sumber data sekunder berasal dari buku, artikel yang diunduh dari internet, jurnal, skripsi (penelitian terdahulu).

3.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah metode yang digunakan untuk mendapatkan data- data yang diperlukan sesuai dengan tujuan spesifik penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian kali ini, antara lain:

1. Studi Literatur

Survey literatur merupakan dokumentasi dari tinjauan menyeluruh terhadap karya publikasi dan nonpublikasi dari sumber sekunder dalam bidang minat khusus peneliti (Sekaran dalam Kurniawati, 2016). Dalam penelitian ini survey literature dilakukan di perpustakaan dengan media buku, jurnal, dan skripsi sebagai sumber penelitian

terdahulu. Peneliti juga menggunakan internet untuk mengumpulkan data sekunder yang sesuai dengan pokok bahasan penelitian.

2. Kuesioner

Kuesioner merupakan seperangkat pertanyaan tertulis yang sudah dirumuskan sebelumnya, di mana responden menulis atau mencatat jawaban mereka, umumnya dalam beberapa alternatif yang telah ditentukan terlebih dahulu (Sekaran dalam Zulganef, 2008). Kuesioner juga merupakan suatu mekanisme pengumpulan data yang efisien jika peneliti mengetahui dengan tepat data yang diperlukan dan bagaimana mengukur variabel yang diperlukan dalam penelitian.

3. Wawancara

Wawancara adalah salah satu teknik pengumpulan data dimana pelaksanaannya dapat dilakukan secara langsung berhadapan dengan yang diwawancarai, dapat juga secara tidak langsung seperti memberikan daftar pertanyaan untuk dijawab pada kesempatan lain (Sekaran dalam Anjarsasi, 2016). Pada penelitian ini, peneliti melakukan wawancara secara langsung dengan para donatur (*Wakiif*) Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo di lokasi pada saat memberikan kuesioner. Selain melakukan wawancara dengan para konsumen peneliti juga melakukan wawancara kepada pihak Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo seperti pada karyawan disana.

3.5 Variabel Penelitian

3.5.1 Identifikasi Variabel

Variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono dalam Anjarsasi, 2016). Selanjutnya menurut Creswell (dalam Anjarsasi,

2016) menjelaskan bahwa variabel merujuk pada karakteristik atau atribut seorang individu atau suatu organisasi yang dapat diukur atau diobservasi. Adapun jenis variabel yang digunakan dalam penelitian kali ini adalah variabel terikat (*dependent variable*) dan variabel bebas (*independent variable*).

Variabel terikat (*dependent variable*) sering disebut *output*, kriteria, konsekuensi. Menurut Zulganef (2008) variabel terikat (*dependent variable*) adalah variabel yang nilai-nilainya tergantung atau terikat oleh nilai-nilai variabel lain atau variabel yang tergantung (*depend on*) kepada variabel lain.

Variabel bebas (*independent variable*) sering disebut sebagai stimulus, predictor, *antecedent*. Menurut Sugiyono dalam (Anjarsasi, 2016) variabel bebas (*independent variable*) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel *dependent* (terikat).

Adapun variabel-variabel tersebut dinotasikan sebagai berikut:

1. Variabel Bebas (*Independent Variables*) atau *exogen*

Variabel bebas dalam penelitian kali ini adalah kualitas program (X1), kualitas pelayanan (X2), kemudahan yang diberikan (X3), dan faktor emosional (X4).

2. Variabel Terikat (*Dependent Variables*) atau *endogen*

Dalam penelitian kali ini yang dijadikan variabel terikat kepuasan pelanggan dari donatur (*Wakif*) Yayasan Baitur Rahmah Sehatara Sidoarjo.

3.5.2 Definisi Operasional

Menurut Arikunto (dalam Kurniawati, 2016) menjelaskan bahwa definisi operasional variabel adalah menjelaskan beberapa metode

tertentu yang digunakan peneliti dalam melakukan sesuatu konsep sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Variabel memberikan gambaran yang lebih nyata mengenai fenomena-fenomena yang digeneralisasi dalam konstruk. Dalam penelitian ini variabel terikat, yaitu Kualitas program (X1), Kualitas pelayanan (X2), Kemudahan yang diberikan (X3), dan Faktor emosional (X4).

3.5.2.1 Variabel Terikat (*Dependent*) Variable (Y)

Variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah kepuasan donatur (*Wakif*) dari Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo. Variabel ini diukur dengan tujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan para donatur terhadap pelayanan yang diberikan.

3.5.2.2 Variabel Bebas (*Independent*) Variable (X)

Variabel bebas merupakan variabel yang variasinya mempengaruhi variabel lain. Dalam penelitian ini, yang merupakan variabel bebas adalah dimensi pelayanan lembaga. Variabel-variabel bebas yang digunakan dalam penelitian kali ini adalah kualitas program (X1), kualitas pelayanan (X2), kemudahan yang diberikan (X3), dan faktor emosional (X4).

Definisi operasional variabel diatas dapat diklasifikasikan dalam bentuk tabel yang bertujuan untuk memudahkan peneliti dalam menyusun kuesioner. Table dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 3.1: Definisi Operasional Variabel Penelitian

	variabel	Item	Skala Pengukuran
Kepuasan Donatur	Kepuasan Donatur (Y)	Y1.1 Saya akan melakukan transaksi kembali pada Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo.	Diukur menggunakan kuesioner

	variabel	Item	Skala Pengukuran
		<p>Y1.2 Saya akan menambah jumlah wakaf yang saya berikan pada Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo.</p> <p>Y1.3 Saya akan merekomendasikan kepada orang lain untuk mewakafkan hartanya kepada Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera.</p> <p>Y1.4 Saya senang terhadap pelayanan yang diberikan oleh staf Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo.</p> <p>Y1.5 Saya akan men- support kegiatan positif yang dilakukan oleh Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera.</p>	<p>dengan pengukuran ordinal yang digubah menjadi data interval menggunakan Metode <i>Succesive Interval</i> (MSI)</p>
Kualitas Pelayanan	Kualitas Program (X1)	<p>X1.1 Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo mendistribusikan dana Wakaf secara tepat kepada orang yang berhak.</p> <p>X1.2 Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo melayani</p>	<p>Diukur menggunakan kuesioner dengan pengukuran ordinal yang digubah</p>

	variabel	Item	Skala Pengukuran
		<p>Sesuai dengan apa yang dijanjikan.</p> <p>X1.3 Laporan keuangan Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo transparan terhadap para donatur (<i>wakif</i>).</p> <p>X1.4 Program yang dimiliki oleh Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo dapat dipertanggung jawabkan terhadap para donatur (<i>wakif</i>).</p> <p>X1.5 Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo menjalankan tugasnya sesuai dengan syariat islam.</p>	<p>menjadi data interval menggunakan Metode <i>Succesive Interval</i> (MSI)</p>
	Kualitas Pelayanan (X2)	<p>X2.1 Staf Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo bersikap ramah dan sopan dalam melayani para donatur (<i>wakif</i>).</p> <p>X2.2 Staf Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo melayani transaksi dengan cepat, tepat, dan efisien.</p> <p>X2.3 Staf Yayasan Baitur Rahmah</p>	<p>Diukur menggunakan kuesioner dengan pengukuran ordinal yang digubah menjadi data interval</p>

	Variabel	Item	Skala Pengukuran
		<p>Sejahtera Sidoarjo mampu menyelesaikan setiap permasalahan donatur (<i>wakif</i>) dengan cepat dan tepat.</p> <p>X2.4 Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo dapat membantu donatur (<i>wakif</i>) bila ada masalah dalam hubungan dengan transaksi.</p> <p>X2.5 Program yang dijelaskan oleh staf Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo terperinci dan jelas.</p>	<p>menggunakan Metode <i>Succesive Interval</i> (MSI)</p>
	Kemudahan yang diberikan (X3)	<p>X3.1 Lokasi Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo strategis dan mudah dijangkau.</p> <p>X3.2 Informasi yang diberikan oleh Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo mudah dimengerti oleh anda.</p> <p>X3.3 Prosedur yang dimiliki Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera dalam berwakaf mudah.</p> <p>X3.4 Yayasan Baitur Rahmah</p>	<p>Diukur menggunakan kuesioner dengan pengukuran ordinal yang digubah menjadi data interval menggunakan Metode</p>

	Variabel	Item	Skala Pengukuran
		Sejahtera Sidoarjo memudahkan Wakif/ Donatur dengan penggunaan teknologi modern dalam berwakaf. X3.5 Informasi mengenai Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo mudah didapatkan di berbagai media.	<i>Successive Interval (MSI)</i>
	Faktor Emosional (X4)	X4.1 Saya merasa dengan berwakaf pada Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera dapat membantu saudara muslim lainnya. X4.2 Saya merasa dengan mewakafkan harta saya di Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo dapat meningkatkan keimanan saya. X4.3 Saya merasa berwakaf di Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera telah membantu kesejahteraan masyarakat sesuai syariat Islam. X4.4 Saya merasa berwakaf adalah salah satu tanggung jawab	Diukur menggunakan kuesioner dengan pengukuran ordinal yang digubah menjadi data interval menggunakan Metode <i>Successive Interval (MSI)</i>

	variabel	Item	Skala Pengukuran
		<p>saya sebagai umat muslim.</p> <p>X4.5 Saya merasa Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo adalah lembaga yang berkompeten dalam mengurus mengenai Wakaf.</p>	

3.5.3 Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian kali ini adalah skala likert. Skala likert adalah skala yang didesain untuk menelaah seberapa kuat subyek setuju atau tidak setuju dengan pernyataan pada skala Empat titik dengan susunan sebagai berikut (Sekaran dalam Kurniawati, 2016):

- a. Sangat Setuju (SS) = diberi skor 4
- b. Setuju (S) = diberi skor 3
- c. Tidak Setuju (TS) = diberi skor 2
- d. Sangat Tidak Setuju (STS) = diberi skor 1

Hasil yang akan diberikan responden atas pernyataan- pernyataan yang diajukan, selanjutnya akan diolah dengan alat analisis yang sesuai. Skala pengukuran yang juga akan digunakan adalah metode successive interval (MSI). Metode sucsestive interval adalah merupakan proses mengubah data ordinal menjadi interval. Langkah-langkah metode

successive interval (MSI) adalah sebagai berikut (Al Rasyid dalam Sulyanto, 2011):

- a. Mencari f (frekuensi) jawaban responden.
- b. Membagi setiap bilangan pada f (frekuensi) dengan N (jumlah sampel) sehingga diperoleh proporsi.

$$P_i = F_i/N$$

- c. Jumlahkan P (proporsi) secara berurutan untuk setiap item pertanyaan, sehingga didapatkan hasil proporsi kumulatif.

$$P_{ki} = P_{k(i-1)} + P_i$$

- d. Proporsi kumulatif (P_k) dianggap mengikuti distribusi normal baku kemudian kita bisa menentukan nilai Z untuk setiap item.
- e. Hitung SV (*Scale Value* = nilai skala) dengan rumus sebagai berikut:

$$\frac{\text{Destiny at lower limit} - \text{Destiny at upper limit}}{\text{Area under upper limit} - \text{Area under lower limit}}$$

SV (*Scale Value*) yang terkecil (harga negatif yang terbesar) diubah menjadi satu.

3.6 Teknik Analisa Data

3.6.1 Uji Instrumen Penelitian

Instrumen data yang baik harus memenuhi dua persyaratan penting yaitu valid dan reliable. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali dalam Kurniawati, 2016).

3.6.1.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (dalam Kurniawati, 2016), instrument dikatakan valid berarti menunjukkan alat ukur yang dipergunakan untuk mendapatkan data tersebut valid atau dapat digunakan untuk mengukur yang seharusnya diukur. Uji validitas berguna untuk mengetahui apakah terdapat item pernyataan- pernyataan pada kuesioner yang harus diganti karena dianggap tidak relevan. Teknik untuk mengukur kuesioner adalah dengan melakukan perhitungan korelasi antar data pada masing-masing pernyataan dengan skor total.

$$r_{xy} = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(N\sum X^2 - (\sum X)^2)(N\sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan:

N	= banyaknya sampel
x	= skor item x
y	= skor item y
r	= korelasi nilai

Untuk mengetahui tingkat validitasnya didapatkan dengan membandingkan probabilitas nilai rhitung dengan alphanya. Bila probabilitas koefisien korelasinya 0,05 maka alat ukur tersebut dinyatakan valid. Nilai korelasi berkisar antara -1 sampai 1 dengan ketentuan sebagai berikut:

- Jika $r = 0$ kedua variabel tidak memiliki korelasi.
- Jika $r = -1$ maka kedua variabel berhubungan negatif sempurna
- Jika $r = 1$ maka kedua variabel berhubungan positif sempurna
- Jika r antara 0 dan 1 maka kedua variabel berkorelasi dengan keadaan relatif.

Koefisien korelasi pada rentang tersebut, beberapa ahli membuat ketentuan sebagai berikut:

Tabel 3.2: Ketentuan Interval Koefisien dan Keeratan Hubungan

Interval Koefisien	Keeratan Hubungan
$0,00 < r < 0,20$	Sangat Rendah
$0,20 \leq r < 0,40$	Rendah
$0,40 \leq r < 0,60$	Sedang
$0,60 \leq r < 0,80$	Kuat
$0,80 \leq r < 1,00$	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono dalam Kurniawati, 2016

3.6.1.2 Uji Reliabilitas

Sugiyono dalam (Kurniawati, 2016) menjelaskan bahwa uji reliabilitas berguna untuk menetapkan apakah kuesioner dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang sama dan akan menghasilkan data yang konsisten. Reliabilitas adalah derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Reliabilitas menunjuk pada satu pengertian bahwa suatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut sudah baik (Arikunto dalam Kurniawati, 2016).

$$\alpha = \left(\frac{K}{K-1} \right) \left(\frac{s_r^2 - \sum s_i^2}{s_x^2} \right)$$

Keterangan:

r = reabilitas instrument

k = banyaknya butir pertanyaan

∂_b^1 = jumlah varians butir

σ^2_{ϵ} = varians total

Instrument dapat dikatakan reliable jika perhitungan validitas lebih besar dari nilai kritisnya pada taraf signifikan 0,05 ($\alpha = 5\%$) dan dengan menggunakan uji *Alpha Cronbach*, suatu variabel dikatakan reliable jika nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60.

3.6.2 Uji Asumsi Klasik

3.6.2.1 Uji Asumsi Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali dalam Kurniawati, 2016). Normalita dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya, dengan dasar pengambilan keputusan antara lain, sebagai berikut:

1. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memiliki asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari diagonal atau grafik histogram maka tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

3.6.2.2 Uji Asumsi Multikolinieritas

Uji multikolinieritas adalah uji untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen) (Ghozali dalam Kurniawati, 2016). Masalah-masalah yang mungkin akan timbul pada penggunaan persamaan regresi berganda adalah multikolinearitas, yaitu suatu keadaan yang variabel bebasnya berkorelasi dengan variabel bebas lainnya atau suatu variabel bebas merupakan fungsi linier dari variabel bebas lainnya. Adanya Multikolinearitas dapat

dilihat dari tolerance value atau nilai variance inflation factor (VIF). Batas dari tolerance value dibawah 0,10 atau nilai VIF diatas 10, maka terjadi problem multikolinearitas. Jika terjadi multikolinearitas akan menimbulkan akibat sebagai berikut :

1. Standar error koefisien regresi yang diperoleh menjadi besar. Semakin besarnya standar error maka semakin erat kolinearitas antara variabel bebas.
2. Standar error yang besar mengakibatkan confident interval untuk penduga parameter semakin melebar, dengan demikian terbuka kemungkinan terjadinya kekeliruan, yakni menerima hipotesis yang salah.

3.6.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah uji yang bertujuan menguji apakah dalam program regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya (Ghozali dalam Kurniawati, 2016). Salah satu cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas, dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara ZPRED dengan residualnya SRESID. Cara tersebut dilakukan dengan menggunakan dasar analisis sebagai berikut:

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik tertentu yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.6.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Fungsi analisis regresi linier berganda yaitu untuk mengukur kekuatan antara dua variabel atau lebih, selanjutnya dapat juga digunakan untuk menunjukkan arah hubungan antara variabel *dependen* dengan variabel *independen* (Ghozali dalam Kurniawati, 2016). Penggunaan analisis regresi berganda bertujuan untuk membuat model matematis dari pengaruh kualitas program, kualitas pelayanan, kemudahan yang diberikan, dan faktor emosional terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan donatur (*Wakif*). Dari model tersebut dapat diketahui berapa besarnya pengaruh kualitas program, kualitas pelayanan, kemudahan yang diberikan, dan faktor emosional terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan donatur (*Wakif*).

Bentuk umum persamaan regresi yang digunakan adalah regresi berganda, (Sugiyono dalam Kurniawati, 2016) adalah sebagai berikut:

$$Y_i = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + \epsilon$$

Dimana :

- X1 = Kualitas Program
- X2 = Kualitas Pelayanan
- X3 = Kemudahan yang Diberikan
- X4 = Faktor Emosional
- Y = Kepuasan Donatur (*Wakif*)
- $b_0 - b_4$ = Koefisien Regresi
- ϵ = Kesalahan Acak

3.6.4 Koefisien Determinasi

Menurut Ghozali (dalam Kurniawati, 2016) menjelaskan bahwa inti dari koefisien determinasi adalah mengukur seberapa jauh kemampuan model

dalam menerangkan variasi variabel independen. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel- variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel independen sangat terbatas. Koefisien determinasi adalah salah satu dan bukan satu- satunya kriteria memilih model yang baik. Dikarenakan bila suatu estimasi regresi linier menghasilkan koefisiensi determinasi yang tinggi, tetapi tidak konsisten dengan teori ekonomika yang dipilih oleh peneliti, atau tidak lolos dari uji asumsi klasik, maka model tersebut bukanlah model penaksir yang baik dan seharusnya tidak dipilih menjadi model empirik.

Kelemahan mendasar pada penggunaan koefisien determinasi R^2 adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Setiap penambahan satu variabel independen, maka R^2 pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen atau nilai *adjusted* R^2 dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan ke dalam model. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *adjusted* R^2 agar tidak terjadi bias dalam mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.

3.6.4.1 Uji F

Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel tidak bebas. Tahapan uji F sebagai berikut:

1. Merumuskan hipotesis

$H_0: b_1 = b_2 = b_3 = b_4 = b_5 = 0$, tidak ada pengaruh implementasi kualitas program, kualitas pelayanan, kemudahan yang diberikan,

dan faktor emosional terhadap faktor- faktor yang mempengaruhi kepuasan donatur (*Wakif*).

H1: $b_1 \geq b_2 \geq b_3 \geq b_4 \geq b_5 \geq 0$, minimal ada satu pengaruh implementasi kualitas program, kualitas pelayanan, kemudahan yang diberikan, dan faktor emosional terhadap faktor- faktor yang mempengaruhi kepuasan donatur (*Wakif*).

Menentukan tingkat signifikansi (α) dengan degree of freedom (df) dengan rumus $n - k - 1$ dengan tujuan untuk menentukan F_{tabel} dengan rumus:

$$F_{hitung} = \frac{R^2 / (k - 1)}{(1 - r^2) / (n - k)}$$

Dimana $R^2 = \frac{ESS}{TSS}$

Keterangan :

R^2 = Koefisien Determinasi

ESS = *Explained Sum of Squared*

TSS = *Total Sum of Squared*

$1 - r^2$ = *Residual Sum of Squared*

N = Jumlah Observasi

K = Jumlah Variabel bebas

2. Membandingkan hasil F_{hitung} dengan F_{tabel} dengan kreteria sebagai berikut:

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ berarti H_1 diterima.

Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ berarti H_0 ditolak.

3.6.4.2 Uji T (*Parsial*)

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen (Sugiyono dalam Kuniawati, 2016). Variabel independen yang digunakan terdiri atas kualitas program, kualitas pelayanan, kemudahan yang diberikan, dan faktor emosional terhadap faktor- faktor yang mempengaruhi

kepuasan donatur (*Wakif*). Adapun langkah-langkah yang harus dilakukan dalam uji ini adalah sebagai berikut:

1. Merumuskan hipotesis

$H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = b_4 = b_5 = 0$, tidak ada pengaruh implementasi kualitas program, kualitas pelayanan, kemudahan yang diberikan, dan faktor emosional terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan donatur (*Wakif*).

$H_1 : b_1 \geq b_2 \geq b_3 \geq b_4 \geq b_5 \geq 0$, minimal ada satu pengaruh pada implementasi kualitas program, kualitas pelayanan, kemudahan yang diberikan, dan faktor emosional terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan donatur (*Wakif*).

Menentukan tingkat signifikansi (α) dengan degree of freedom (df) dengan rumus: $n - 2$ dengan tujuan untuk menentukan t tabel.

2. Menentukan t hitung dengan rumus.

3. Membandingkan hasil thitung dengan ttabel dengan kriteria sebagai berikut:

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ berarti H_1 diterima.

Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ berarti H_0 diterima.

BAB IV

PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Lembaga Wakaf (*Nazhir*) Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo

4.1.1 Sejarah Singkat

Lembaga Wakaf (*Nazhir*) Baitur Rahmah Sejahtera atau Lembaga Wakaf Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo adalah lembaga yang menghimpun, mengelola dan mendistribusikan dana Wakaf serta dana sosial untuk membantu perkembangan kesejahteraan masyarakat dan kemaslahatan umat khususnya di bidang keagamaan, bidang sosial, dan bidang kemanusiaan. Lembaga ini lahir pada tahun 2015 dengan awal mula komunitas bernama Kampoeng Ngaji yang berkonsentrasi dalam masalah pengajian bapak- bapak dan ibu- ibu dan berubah menjadi Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo yang terdaftar sebagai lembaga lembaga formal yang berkonsentrasi pada pemberdayaan masyarakat melalui program Wakaf pada tanggal 15 November 2015.

Dengan tujuan awal mulanya Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera berdiri untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat sekitar dengan mengembangkan potensi ekonomi melalui Wakaf produktif, lembaga ini selalu menjunjung tinggi keamanan, keterbukaan, akuntabilitas dalam penghimpunan, pengelolaan, dan penyaluran dari program Wakaf produktif tersebut.

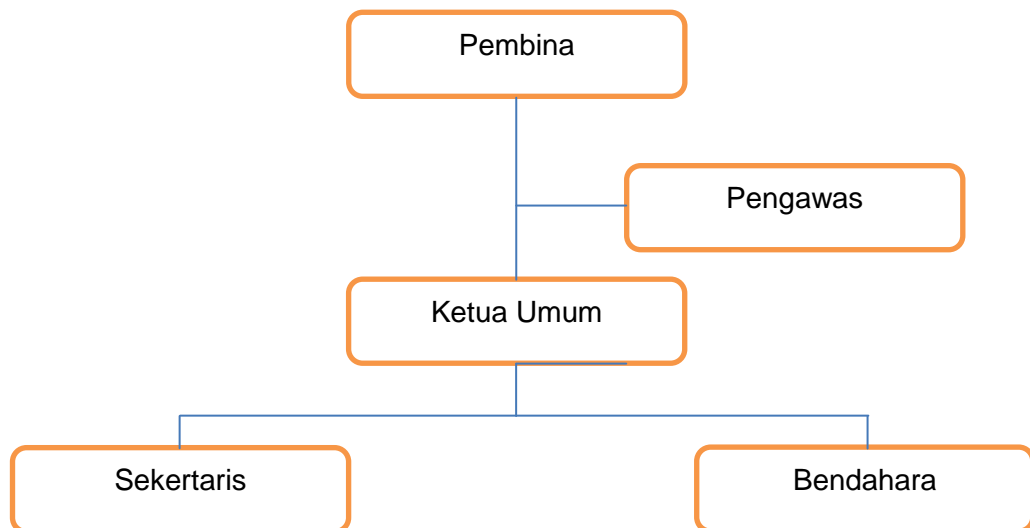
4.1.2 Lokasi

Kantor Sekertariat lembaga wakaf (*Nazhir*) Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo saat ini berada di Blukid Residence A/09 Sidoarjo, Jawa Timur. Adapun Alasan Pemilihan Lokasi ini adalah:

1. Transportasi yang cukup lancar dan fasilitas yang memadai mengenai akses lokasi dengan Kota Sidoarjo.
2. Lokasi kantor yang cukup mudah ditempuh, karena lokasi tersebut dekat dengan pusat keramaian di kota Sidoarjo seperti alun- alun Sidoarjo dan pusat keramaian yang ada di kota Sidoarjo.
3. Tenaga kerja yang sebagian besar berdomisili di kota Sidoarjo dan Surabaya, sehingga memudahkan akses menuju sekretariat yayasan.

4.1.3 Struktur Organisasi

Gambar 4.1 : Struktur Organisasi Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera



Sumber: Struktur lembaga wakaf (*Nazhir*) Baitur Rahmah Sejahtera, 2015

Susunan Pengurus Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera

A. Nama Pembina:

- | | |
|--------------------------|-----------|
| 1. Drs. H. Supriyadi, MM | (Ketua) |
| 2. H. Moh. Ali, SS | (Anggota) |

B. Nama Pengurus:

- | | |
|-----------------|--------------|
| 1. H. Hariyanto | (Ketua Umum) |
| 2. Salam, SH | (Sekertaris) |
| 3. Ir. Wibowo | (Bendahara) |

C. Nama Pengawas:

- | | |
|-----------------------------------|-----------|
| 1. DR. H. Raditya Sukmana, SE, MA | (Ketua) |
| 2. H. Koko Sri Mulyo, M. Si | (Anggota) |
| 3. Ir. H. Didiek Tranggono, M. Si | (Anggota) |

Sedangkan untuk pembagian tugas, wewenang dan tanggung jawab dari masing-masing bagian adalah:

1. Pembina

- Memberikan garis-garis kebijakan umum lembaga wakaf (*Nazhir*).
- Mengesahkan rencana kerja dari badan pelaksana dan dewan pengawas.
- Memberikan pertimbangan saran dan rekomendasi kepada badan pelaksana dan dewan pengawas baik diminta ataupun tidak.

2. Pengawas

- Mengawasi pelaksanaan rencana kerja yang telah dilaksanakan.
- Mengawasi pelaksanaan kebijakan-kebijakan yang telah ditetapkan oleh lembaga wakaf (*Nazhir*).

- Mengawasi operasional kegiatan yang dilaksanakan mencakup pengumpulan, pendistribusian, pendayagunaan, dan pengembangan dan wakaf.

3. Ketua Umum

- Mementukan kebijakan lembaga wakaf (*Nazhir*) secara keseluruhan.
- Bertanggung jawab atas jalan dan perkembangan lembaga wakaf (*Nazhir*).
- Mengawasi pelaksanaan tugas serta meminta penanggungjawaban dari bagian pelaksana.
- Menjaga dan membina kordinasi yang baik antar semua unsur dalam lembaga wakaf (*Nazhir*) baik secara langsung maupun tidak langsung.

4. Sekertaris

- Bertanggung jawab untuk setiap aktifitas di bidang administrasi dan tata kerja lembaga wakaf (*Nazhir*).
- Mengawasi seluruh penyelenggaraan aktifitas lembaga di bidang administrasi dan tata kerja.

5. Bendahara

- Mengoordinasikan seluruh aktifitas pengelolaan keuangan dan kekayaan organisasi dan mempertanggungjawabkan kepada ketua.
- Merumuskan dan mengusulkan segala peraturan lembaga di bidang pengelolaan keuangan lembaga wakaf (*Nazhir*) untuk menjadi kebijakan lembaga wakaf (*Nazhir*).
- Memfasilitasi kebutuhan pembiayaan program kerja pada lembaga wakaf (*Nazhir*).

4.1.4 Visi, Misi, Tujuan Program Lembaga Wakaf (*Nazhir*) Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo

a. Visi

Terwujudnya lembaga independen yang dipercaya masyarakat, mempunyai integritas untuk mengembangkan potensi harta benda wakaf, untuk meraih keutamaan dan Ridho Allah SWT.

b. Misi

Menjadikan Baitur Rahmah Sejahtera sebagai lembaga profesional, yang mampu mewujudkan potensi dan manfaat ekonomi harta benda wakaf untuk kepentingan ibadah, pendidikan dan kesehatan masyarakat.

c. Tujuan

Maksud dan tujuan didirikannya Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera adalah membantu pengembangan masyarakat di segala bidang meliputi bidang keagamaan, sosial, dan kemanusiaan melalui sarana optimalisasi dana wakaf.

4.1.5 Budaya Organisasi

Dalam mewujudkan visi, misi dan tujuan diatas, setiap pengelola Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Kota Sidoarjo harus memiliki pedoman pada budaya kerja organisasi, yaitu:

- **Tulus**

Dalam pekerjaan, ketulusan sangat diperlukan dan dapat mempengaruhi kinerja Lembaga wakaf (*Nazhir*) karena dapat dilihat dari suasana hati.

- **Jujur**

Kejujuran dalam melaksanakan tugas pada lembaga sangat dinomorsatukan. Dikarenakan kejujuran adalah modal awal untuk

menyalin hubungan dengan para donatur agar kepercayaan yang mereka berikan terhadap lembaga dijaga dengan baik.

- **Kerjasama**

Kerjasama adalah salah satu faktor yang menentukan keberhasilan suatu organisasi atau lembaga. Dikarenakan dalam sebuah lembaga terdiri dari beberapa orang yang memiliki pemikiran dan pemahaman yang berbeda, oleh karena itu kerjasama diperlukan. Dalam hal ini berfungsi sebagai penggerak suatu lembaga agar dapat berjalan dengan lancar dan sesuai dengan tujuan didirikannya lembaga wakaf (*Nazhir*) ini.

4.1.6 Personalia

Lembaga wakaf (*Nazhir*) Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo beranggotakan sebanyak 8 orang yang dipimpin oleh ketua umum. Sedangkan dalam menjalankan operasionalnya, Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo telah membentuk suatu pengelola dengan beberapa anggota yang menjalankannya. Berikut rincian pengurus dan pengelola lembaga wakaf (*Nazhir*) Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo.

1. Kepengurusan

- Pembina berperan sebagai pihak yang membina struktur yayasan agar sesuai dengan tujuan, visi, dan misi yayasan sendiri. Dan bertugas sebagai penasehat terhadap ketua umum dalam pengelolaan yayasan.
- Pengawas bertugas sebagai pihak yang mengawasi kinerja yayasan dan struktur dalam pelaksanaan agar sesuai dengan tujuan terbentuknya yayasan.

- Ketua Umum bertanggung jawab sebagai koordinator dalam kinerja dan perkembangan para anggota dan staf Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo.
- Sekertaris bertugas sebagai bagian dalam pengurusan administrasi dan surat menyurat yang melalui lembaga secara internal maupun eksternal.
- Bendahara bertugas sebagai bagian yang berkonsentrasi terhadap pengelolaan dan pendataan keuangan yang terkumpul dalam Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo.

2. Sistem imbalan

Sebagai lembaga yang bergerak pada bidang penggalangan dana Wakaf dan tidak mengambil keuntungan atau non-profit, maka para pengurus benar- benar tidak menerima apapun meskipun keuntungan yang diterima oleh pengelolaan dana wakaf besar. Mereka mengikhhlaskan waktu dan tenaganya demi membangun lembaga ini agar dapat berkembang kedepannya.

3. Jam kerja

Jam kerja yang berlaku pada Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo sebagai berikut:

- Pada hari senin sampai minggu: Pukul 08.00 sampai 16.00
- Khusus hari jum'at: Pukul 08.00 sampai 11.00

4.1.7 Produk/Program Lembaga Wakaf (*Nazhir*) Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo

1. Layanan Donatur

- a. Kampoeng Ngaji adalah kegiatan bertujuan untuk meningkatkan kualitas dalam membaca dan mengkaji Al-Qur'an secara lebih mendalam.
- b. Kampoeng Pingpong adalah kegiatan positif dari yayasan terhadap para donatur dan masyarakat dengan bertujuan menyehatkan jiwa.
- c. Pengumpulan dana wakaf melalui perkumpulan kegiatan Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera dan kegiatan eksternal yang dapat mendukung terkumpulnya dana wakaf demi perkembangan pengelolaan wakaf yang ada.

2. Distribusi Donasi

- a. Pembinaan anak yatim piatu adalah kegiatan pembinaan anak-anak penerima donasi dengan pemberian motivasi hidup agar anak-anak tersebut lebih giat dalam pendidikan dan agama.
- b. Santunan yatim dan dhuafa adalah kegiatan yang dilaksanakan oleh yayasan dalam bentuk pemberian donasi dan bantuan tetap dalam bentuk biaya pendidikan. Dan sampai saat ini sudah ada 15 anak yang menerima santunan tetap setiap bulannya.
- c. Sabtu barokah adalah program rutin yang dilakukan yayasan setiap minggunya dengan membagikan paket nasi kotak terhadap dhuafa yang membutuhkan disekitar kota Sidoarjo.

4.1.8 Pemasaran

Dalam pemasaran, promosi merupakan salah satu aspek penting yang bertujuan mengarahkan, memberikan informasi, dan mempengaruhi calon donatur dan donatur tetap. Dalam memasarkan produk/ programnya, Lembaga wakaf (*Nazhir*) Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo menggunakan sarana promosi sebagai berikut:

a. Buletin

Bulletin yang diterbitkan oleh Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera dicetak setiap minggu dan dibagikan ketika hari jumat yang bertujuan untuk sosialisasi mengenai wakaf dan lainnya agar perkembangan wakaf dapat berkembang pesat.

b. Brosur

Brosur ini berisi mengenai informasi kegiatan dan program yang dimiliki oleh Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera kepada para mustahiq dan donatur, selain itu brosur juga melampirkan laporan keuangan secara sederhana untuk transparansi terhadap para donatur.

c. Internet

Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera berusaha mengikuti kemajuan teknologi dengan jalan memanfaatkan internet dengan tujuan agar pengumpulan dana wakaf lebih mudah dan tersosialisasi dengan mudah.

4.1.9 Keuangan

Laporan keuangan Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo ini menggunakan laporan keuangan sederhana. Berikut ini adalah laporan perkembangan terakhir untuk tahun 2016.

Tabel 4.1: Laporan Keuangan tahun 2016 Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo

PENERIMAAN	JUMLAH
Penerimaan Masyarakat	
Penerimaan Infaq/ Shadaqah Rutin	32,450,000
Penerimaan Infaq/ Shadaqah Tidak Rutin	48,321,000
Wakaf	55,600,000
Jumlah penerimaan Dana Masyarakat	136,371,000
Penerimaan Bagi Hasil	5,990,215
JUMLAH PENERIMAAN	142,361,215
PENYALURAN	
Penyaluran Program	
program Infaq/ Shadaqah Rutin	1,475,000
Program Pendidikan dan Dakwah	32,050,000
Dakwah Media dan Event	10,500,000
Pendidikan/ Beasiswa	21,550,000
Program Sosial dan Kemanusiaan	12,029,500
Program Pemberdayaan	-
Program Kesehatan	-
Penyaluran Dana Wakaf	-
Jumlah Penyaluran Program	111,554,100
sosialisasi ZISWAF	
Operasional Kantor	3,881,101
	3,881,101
TOTAL PENYALURAN DANA DAN OPERASIONAL	115,435,201
SURPLUS/ DEFISIT	26,926,014

Sumber: Data Primer, 2017 (Data Diolah)

4.2 Karakteristik Responden

Seluruh responden adalah donatur yang tergabung dalam Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo yang telah menyalurkan dananya, dan tercatat sebagai donatur yang mendonasikan beberapa bentuk seperti wakaf, infaq, maupun shadaqah. Berikut gambaran karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, dan pekerjaan saat ini.

Tabel 4.2: karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Karakteristik	Jumlah	Presentase
1.	Pria	15	37.5
2.	Wanita	25	62.5
	Total	40	100

Sumber: Data Primer (Diolah) 2017

Dari tabel 4.2 diatas, nampak bahwa berdasarkan jenis kelamin, 15 responden (37.5%) berjenis kelamin pria, dan 25 Responden (62.5%) berjenis kelamin wanita. Hal ini menunjukkan bahwa kebanyakan donatur pada Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera dominan dari wanita yang notabene adalah pengelola dana keuangan keluarga pada umumnya.

Tabel 4.3: Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No.	Karakteristik	Jumlah	Presentase
1.	< 20 Tahun	3	7.5
2.	20 - 29 Tahun	4	10
3.	30 – 39 Tahun	5	12.5
4.	40 – 49 Tahun	17	42.5
5.	> 50 Tahun	11	27.5
	Total	40	100

Sumber: Data Primer (Diolah) 2017

Dari tabel 4.3 di atas, Nampak bahwa berdasarkan usia 2 responden (5%) berusia < 20 tahun, 5 responden (12.5%) berusia antara 20 – 29 tahun, 5 responden (12.5%) berusia antara 30 – 39 tahun, 14 responden (35%) berusia antara 40 – 49 tahun, dan terakhir 11 responden (27.5%) berusia > 50 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden (70%) adalah berusia diatas 40 tahun. Padahal pada usia tersebut dapat dikatakan adalah

usia non produktif. Dan dari tabel diatas menjelaskan bahwa minimnya kesadaran responden yang berusia dibawah 40 tahun dalam mempraktekan wakaf.

Tabel 4.4: Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir

No.	Karakteristik	Jumlah	Presentase
1.	SMP	0	0
2.	SMA	7	17.5
3.	Akademi/ Diploma	5	12.5
4.	Sarjana (S1)	15	37.5
5.	Sarjana (S2)	12	30
6.	Doktor (S3)	1	2.5
	Total	40	100

Sumber: Data Primer (Diolah) 2017

Dari tabel 4.4 diatas nampak bahwa berdasarkan pendidikan terakhir, responden yang berpendidikan SMP 0 Responden (0%), 3 responden (7.5%) berpendidikan SMA, 7 responden (17.5%) berpendidikan Akademi/ Diploma, 17 responden (42.5%) berpendidikan Sarjana (S1), 12 responden (30%) berpendidikan Sarjana (S2), dan yang terakhir 1 responden (2.5%) berpendidikan Doktor (S3). Hal ini menunjukkan bahwa informasi mengenai lembaga wakaf (*Nazhir*) wakaf kebanyakan diakses oleh kalangan berpendidikan diatas sarjana (S1). Hal tersebut menjelaskan bahwa kesadaran mereka yang tinggi terhadap permasalahan kesejahteraan sosial dapat dibantu dengan berdirinya wakaf.

Tabel 4.5: Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan

No.	Karakteristik	Jumlah	Presentase
1.	PNS	18	45
2.	Pegawai Swasta	2	5
3.	Pengusaha	10	25
4.	Pedagang	2	5
5.	Lainnya	7	17.5
	Total	40	100

Sumber: Data Primer (Diolah) 2017

Dari tabel 4.5 diatas, Nampak bahwa berdasarkan pekerjaan, 18 responden (45%) bekerja sebagai PNS, 2 responden (5%) bekerja sebagai pegawai swasta, 8 responden (20%) bekerja sebagai pengusaha, 2 responden (5%) bekerja sebagai pedagang, dan terakhir dari 10 responden (25%) memiliki pekerjaan lainnya seperti ibu rumah tangga (IRT), dan sebagainya. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang menyumbangkan donasinya adalah yang memiliki penghasilan tetap, hal tersebut ditunjukkan oleh (45%) responden bekerja sebagai pegawai negeri. Responden dari pedagang juga memiliki andil dalam menyumbangkan donasinya karena mereka rata-rata memiliki dana berlebih yang dapat di donasikan kepada yayasan.

4.3 Analisis Data

4.3.1 Uji Validitas

Uji validitas dan reabilitas dalam penelitian kali ini digunakan untuk menguji kelayakan instrument atau indikator sebagai alat ukur variabel. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui tingkat kevalidan indikator yang digunakan sebagai alat ukur variabel (Sugiyono dalam Kurniawati, 2016).

Tabel 4.6: Hasil Uji Validitas Instrumen

		Correlations				
		KualitasProgram	KualitasPelayanan	KemudahanYangDiberikan	FaktorEmosional	KepuasanDonatur
KualitasProgram	Pearson Correlation	1	.404**	.357*	.415**	.501**
	Sig. (2-tailed)		.010	.024	.008	.001
	N	40	40	40	40	40
KualitasPelayanan	Pearson Correlation	.404**	1	.844**	.345*	.328*
	Sig. (2-tailed)	.010		.000	.029	.039
	N	40	40	40	40	40
KemudahanYangDiberikan	Pearson Correlation	.357*	.844**	1	.427**	.500**
	Sig. (2-tailed)	.024	.000		.006	.001
	N	40	40	40	40	40
FaktorEmosional	Pearson Correlation	.415**	.345*	.427**	1	.708**
	Sig. (2-tailed)	.008	.029	.006		.000
	N	40	40	40	40	40
KepuasanDonatur	Pearson Correlation	.501**	.328*	.500**	.708**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.039	.001	.000	
	N	40	40	40	40	40

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 20

Berdasarkan uji validitas instrumen diatas yang terdiri dari indikator variable kualitas program, kualitas pelayanan, kemudahan yang diberikan, faktor emosional, dan kepuasan donatur dari penelitian ini dinyatakan valid karena menghasilkan skor dan hasil yang signifikan, yaitu nilai sig. \leq 0,05.

4.3.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui dan menetapkan apakah kuesioner dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang sama dan akan menghasilkan data yang konsisten. (Sugiyono dalam Kurniawati, 2016). Apabila nilai *cronbach's alpha* (α) suatu variabel \geq 0,06 maka indikator yang digunakan variabel tersebut reliabel, sedangkan apabila nilai *cronbach's alpha* (α) suatu variabel \leq 0,06 maka indikator yang digunakan oleh variabel tersebut tidak reliabel. Hasil uji reabilitas adalah sebagai berikut:

Tabel 4.7: Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.781	4

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 20

Berdasarkan tabel maka diketahui nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,781 sedangkan nilai *r* tabel sebesar 0,312 ($n=40$, dengan df alpha= 0,05) maka dapat disimpulkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* > *r* tabel, hal ini mengindikasikan bahwa penelitian ini reliabel.

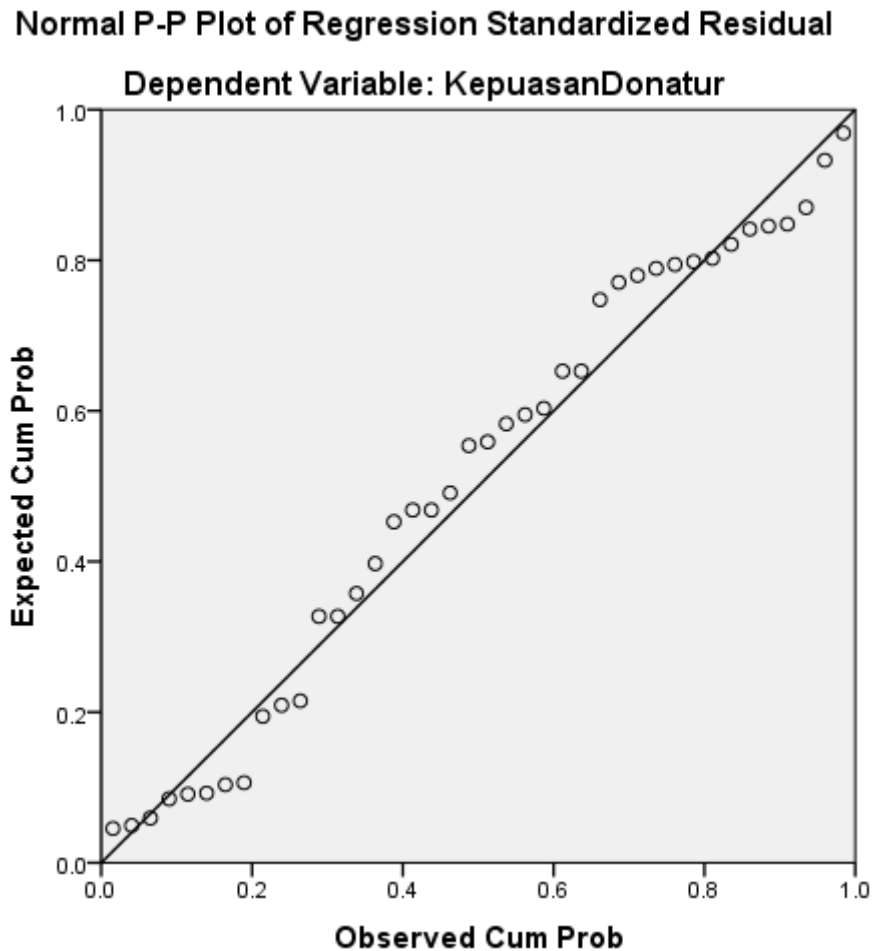
4.3.3 Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan terhadap data yang digunakan untuk analisis regresi berganda. Uji asumsi klasik terdiri dari normalitas, heteroskedastisitas, dan multikolinieritas.

4.3.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah data yang digunakan berdistribusi normal atau tidak. Data yang baik adalah data yang memiliki distribusi normal (Ghozali dalam Kurniawati, 2016). Pengujian dilakukan dengan menggunakan kurva *normal probability plot*, dengan ketentuan jika titik-titik pada grafik menyebar dan mengikuti garis diagonal maka data yang digunakan berdistribusi secara normal. Berikut hasil uji normalitas yang didapat:

Gambar 4.2: Grafik Normal Probability Plot



Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 20

Berdasarkan pada gambar diatas, hasil kurva *normal probability plot* memperlihatkan bahwa titik-titik pada grafik terlihat menempel dan mengikuti garis diagonalnya, sehingga berdasarkan kurva *normal probability plot*, data yang digunakan berdistribusi normal.

4.3.3.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan dalam menunjukkan apakah ada korelasi diantara variable independen. Dalam penelitian yang menggunakan teknik analisis regresi berganda antara variabel independen tidak boleh saling berkorelasi atau terjadi multikolinieritas (Ghozali dalam Kurniawati, 2016). Deteksi tidak terjadi multikolinieritas

dapat dilihat pada *collinearity statistic*. Dengan ketentuan apabila nilai *tolerance value* masing-masing variabel independen berada di atas 0,1 dan *variance inflation value* atau nilai VIF masing-masing variable independen berada dibawah 10 maka tidak terjadi multikolinieritas. Hasil uji multikolinieritas. Hasil uji multikolinieritas. Hasil uji multikolinieritas dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.8: Hasil Uji multikolinieritas

Coefficients ^a								
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.328	.306		-1.072	.291		
	KualitasProgram	.262	.120	.261	2.179	.036	.748	1.337
	KualitasPelayanan	-.369	.187	-.391	-1.977	.056	.273	3.657
	KemudahanYangDiberikan	.445	.172	.517	2.580	.014	.266	3.752
	FaktorEmosional	.516	.121	.514	4.247	.000	.731	1.368

a. Dependent Variable: KepuasanDonatur

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 20

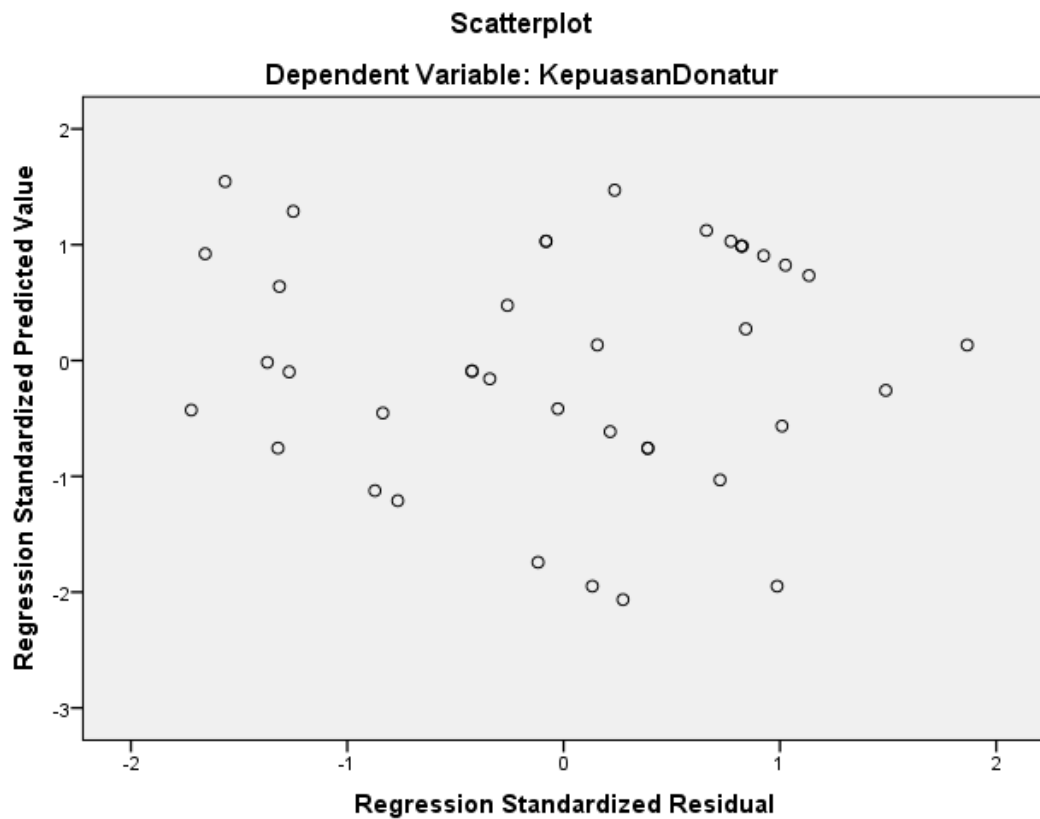
Berdasarkan tabel diatas, hasil pengujian multikolinieritas menunjukkan bahwa besaran koefisien VIF tabel dari variabel kualitas program (X1), variabel kualitas pelayanan (X2), variabel Kemudahan yang diberikan (X3), variabel Faktor Emosional (X4) <10 dan Tolerance yang didapat dari setiap variabel >0,1. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dari penelitian tersebut menjelaskan seluruh data variabel independen terbebas dari masalah multikolinearitas.

4.3.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah uji yang bertujuan menguji apakah dalam program regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya (Ghozali dalam Kurniawati, 2016). Deteksi ada tidaknya problem heteroskedastisitas. Tetapi, jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0

pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas adalah sebagai berikut:

Gambar 4.3: Hasil Uji Heteroskedastisitas (Grafik *Scatter plot*)



Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 20

Grafik *scatter plots* memperlihatkan bahwa titik-titik pada grafik tidak dapat membentuk pola tertentu yang jelas, dimana titik-titik pada grafik tidak dapat membentuk pola tertentu yang jelas, dimana titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, sehingga grafik tersebut tidak dapat dibaca dengan jelas. Hal tersebut menjelaskan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.3.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Pada penelitian ini teknik analisis data yang digunakan adalah regresi berganda. Teknik analisa ini bertujuan untuk menjawab rumusan masalah sekaligus menguji hipotesis (Ghozali dalam Kurniawati, 2016). Mengenai

besarnya pengaruh hubungan antara dimensi kepuasan donatur yang mencakup pengaruh variabel kualitas pelayanan (X1), variabel kualitas program (X2), variabel kemudahan yang diberikan (X3), variabel faktor emosional (X4), dan terhadap kepuasan donatur (Y) lembaga wakaf (*Nazhir*) Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo.

Tabel 4.9: Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a								
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.328	.306		-1.072	.291		
	KualitasProgram	.262	.120	.261	2.179	.036	.748	1.337
	KualitasPelayanan	-.369	.187	-.391	-1.977	.056	.273	3.657
	KemudahanYangDiberikan	.445	.172	.517	2.580	.014	.266	3.752
	FaktorEmosional	.516	.121	.514	4.247	.000	.731	1.368

a. Dependent Variable: KepuasanDonatur

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 20

Hasil regresi diatas menunjukkan hubungan antara variabel independen yakni kualitas program, kualitas pelayanan, kemudahan yang diberikan, dan faktor emosional dengan variabel dependennya yaitu kepuasan donatur. Menurut Gujarati (2003), model ekonometrika yang baik adalah model ekonometrika yang harus memenuhi syarat pengujian asumsi dan termasuk kedalam kriteria statistika lainnya dalam ekonometrika.

Syarat-syarat dan karakteristik ini haruslah memenuhi kriteria pada pengujian asumsi klasik, dimana model ekonometrika tersebut haruslah terbebas dari adanya Multikolinearitas, dan Heteroskedastisitas. Adapun beberapa uji yang harus dilakukan, yakni dengan uji koefisien (*Adjusted R-Square*), Uji F, dan Uji T. Model regresi linear juga harus memenuhi asumsi dasar untuk menghasilkan estimasi yang baik, dikenal juga dengan BLUE (*Best Linear Unbiased Estimator*). Hasil Interpretasi:

Kepuasan Donatur = $-0.328 + 0.262X_1 - 0.369X_2 + 0.445X_3 + 0.516X_4 + \hat{\epsilon}$

Pada model ekonometrika diatas menunjukkan ketika kualitas program (X1) naik maka akan meningkatkan kepuasan donatur terhadap kinerja lembaga wakaf (*Nazhir*) Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo. Setiap kenaikan sebesar satu persatuan pada setiap variabel independennya maka akan mempengaruhi Kepuasan donatur dan terjadi kenaikan sebesar 0,262 pada variabel kualitas program (X1).

Ketika varibel kualitas pelayanan (X2) naik maka akan meningkatkan kepuasan donatur terhadap kinerja lembaga wakaf (*Nazhir*) Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo. Setiap penurunan sebesar satu persatuan pada setiap variabel independennya maka akan mempengaruhi Kepuasan donatur dan terjadi penurunan sebesar -0,369 pada variabel kualitas pelayanan (X2).

Ketika varibel kemudahan yang diberikan (X3) naik maka akan meningkatkan kepuasan donatur terhadap kinerja lembaga wakaf (*Nazhir*) Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo. Setiap kenaikan sebesar satu persatuan pada setiap variabel independennya maka akan mempengaruhi Kepuasan donatur dan terjadi kenaikan sebesar 0,445 pada variabel kemudahan yang diberikan (X3).

Selanjutnya Ketika X4 (Faktor Emosional) naik maka akan meningkatkan kepuasan Donatur terhadap Kinerja lembaga wakaf (*Nazhir*) Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo. Setiap kenaikan sebesar satu persatuan pada setiap variabel independennya maka akan mempengaruhi Kepuasan donatur dan terjadi kenaikan sebesar 0.516 pada variabel faktor emosional (X4).

4.3.5 Uji Hipotesis

Analisis regresi linier berganda telah dilakukan sehingga mendapatkan model regresi. Model regresi secara simultan maupun parsial diperoleh melalui uji f dan uji t yang dilakukan dalam penelitian kali ini.

4.3.5.1 Uji f

Tabel 4.10: Hasil Analisis Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	8.205	4	2.051	14.593	.000 ^b
	Residual	4.920	35	.141		
	Total	13.126	39			

a. Dependent Variable: KepuasanDonatur

b. Predictors: (Constant), FaktorEmosional, KualitasPelayanan, KualitasProgram, KemudahanYangDiberikan

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 20

Berdasarkan tabel 4.10, Hasil dari regresi menunjukkan bahwa besarnya F-statistik adalah sebesar 14,593 dan Ftabel menunjukkan angka sebesar 2,49 dengan signifikansi F sebesar 0,000. Karena Fhitung > Ftabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa variabel independennya (X1-X4) secara simultan (bersama-sama) memberi kontribusi positif dan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependennya (Y) yaitu kepuasan donatur lembaga wakaf (*Nazhir*) Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo.

4.3.5.2 Uji t

Uji t dilakukan untuk menguji pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat pada penelitian ini. Uji t dilakukan dengan membandingkan thitung dengan ttabel. Apabila thitung > ttabel maka suatu hipotesis diterima, sebaliknya apabila thitung < ttabel maka suatu hipotesis ditolak. Berdasarkan pada tabel 4.9, maka pengujian hipotesis koefisien regresi variabel kualitas program (X1), kualitas pelayanan (X2),

kemudahan yang diberikan (X3), dan faktor emosional (X4) dapat dijelaskan dalam table 4.11.

Tabel 4.11: Uji Hipotesis Koefisien Regresi Variabel Kualitas Program, Kualitas Pelayanan, Kemudahan yang Diberikan, dan Faktor Emosional

Hipotesis	Nilai	Keputusan
$H_0 =$ (Variabel X1 tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Y) $H_a \neq$ (Variabel X1 berpengaruh signifikan terhadap variabel Y) $\alpha = 0,05$	Thitung = 2,179 Sig = 0,036 ttabel = 1,68957	H_0 ditolak H_1 diterima
$H_0 =$ (Variabel X2 tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Y) $H_a \neq$ (Variabel X2 berpengaruh signifikan terhadap variabel Y) $\alpha = 0,05$	Thitung = -1,977 Sig = 0,056 ttabel = 1,68957	H_0 ditolak H_1 diterima
$H_0 =$ (Variabel X3 tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Y) $H_a \neq$ (Variabel X3 berpengaruh signifikan terhadap variabel Y) $\alpha = 0,05$	Thitung = 2,580 Sig = 0,014 ttabel = 1,68957	H_0 ditolak H_1 diterima
$H_0 =$ (Variabel X4 tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Y) $H_a \neq$ (Variabel X4 berpengaruh signifikan terhadap variabel Y) $\alpha = 0,05$	Thitung = 4,245 Sig = 0,000 ttabel = 1,68957	H_0 ditolak H_1 diterima

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 20

Berdasarkan tabel 4.11, menunjukkan hasil uji-t dari variabel kualitas program, variabel kemudahan yang diberikan, variabel faktor emosional diperoleh nilai sig. lebih kecil ($<$) 0,05 dan ($<$) 0,10 atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ kecuali variabel kualitas pelayanan, sehingga hipotesa yang menyatakan bahwa variabel kualitas program, variabel kemudahan yang diberikan, variabel faktor emosional berpengaruh signifikan terhadap kepuasan donatur lembaga wakaf (*Nazhir*) Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo kecuali variabel kualitas pelayanan yang menunjukkan hasil negatif. Berikut uraian masing- masing variabel tersebut:

1. Variabel X1 (kualitas Program) mempunyai koefisien regresi sebesar 0,261 dan didapatkan statistik uji t sebesar 2,179 dengan signifikansi sebesar 0,036. Dengan $df = 40 - 5 = 35$, maka didapat nilai t_{tabel} 1,68957. Nilai statistik uji t_{hitung} tersebut lebih besar daripada t_{tabel} ($2,179 > 1,68957$), dengan nilai signifikansi lebih kecil daripada $\alpha = 0,05$. Pengujian ini membuktikan bahwa H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas program (X1) memiliki kontribusi positif dan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan donatur lembaga wakaf (*Nazhir*) Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo.
2. Variabel X2 (kualitas Pelayanan) mempunyai koefisien regresi sebesar -0,391 dan didapatkan statistik uji t sebesar -1,977 dengan signifikansi sebesar 0,056. Dengan $df = 40 - 5 = 35$, maka didapat nilai t_{tabel} 1,68957. Nilai statistik uji t_{hitung} tersebut lebih kecil daripada t_{tabel} ($-1,977 < 1,68957$), dengan nilai signifikansi lebih kecil daripada $\alpha = 0,05$. Pengujian ini membuktikan bahwa H_a ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X2) memiliki

kontribusi negatif dan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan donatur lembaga wakaf (*Nazhir*) Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo.

3. Variabel X3 (kemudahan yang diberikan) mempunyai koefisien regresi sebesar 0,445 dan didapatkan statistik uji t sebesar 2,580 dengan signifikansi sebesar 0,014. Dengan $df = 40 - 5 = 35$, maka didapat nilai ttabel 1,68957. Nilai statistik uji thitung tersebut lebih kecil daripada ttabel ($2,580 > 1,68957$), dengan nilai signifikansi lebih kecil daripada $\alpha = 0,05$. Pengujian ini membuktikan bahwa H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kemudahan yang diberikan (X3) memiliki kontribusi positif dan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan donatur lembaga wakaf (*Nazhir*) Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo.
4. Variabel X4 (faktor emosional) mempunyai koefisien regresi sebesar 0,516 dan didapatkan statistik uji t sebesar 4,245 dengan signifikansi sebesar 0,000. Dengan $df = 40 - 5 = 35$, maka didapat nilai ttabel 1,68957. Nilai statistik uji thitung tersebut lebih kecil daripada ttabel ($4,245 > 1,68957$), dengan nilai signifikansi lebih kecil daripada $\alpha = 0,05$. Pengujian ini membuktikan bahwa H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel faktor emosional (X4) memiliki kontribusi positif dan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan donatur lembaga wakaf (*Nazhir*) Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo.

4.3.6 Koefisien Determinasi

Faktor pertama yang dilihat dari pengujian hipotesis kali ini adalah *adjusted R square* atau yang biasa disebut dengan koefisien

determinasi. Dalam interpretasinya, nilai *adjusted R square* dapat naik ataupun turun dengan adanya penambahan variabel baru, tergantung dari korelasi antara variabel independen tambahan tersebut dengan variabel dependen. Hasil koefisien determinasi dalam penelitian kali ini akan dijelaskan dalam table 4.12 berikut ini :

Tabel 4.12 Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.791 ^a	.625	.582	.37493	2.468

a. Predictors: (Constant), FaktorEmosional, KualitasPelayanan, KualitasProgram, KemudahanYangDiberikan

b. Dependent Variable: KepuasanDonatur

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 20

Berdasarkan pada table 4.12, hasil dari regresi menunjukkan bahwa besarnya *R Square* adalah sebesar 0,625 dan angka *adjusted R square* sebesar 0,582. Hal ini mengindikasikan bahwa pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen dapat dijelaskan dengan model ekonometrika dengan baik karena sekitar 58,2% pengaruh variabel kualitas program (X1), kualitas pelayanan (X2), kemudahan yang diberikan (X3), dan faktor emosional (X4) terhadap variabel dependen.

4.4 Pembahasan Hasil Penelitian

Pada tahap ini menguraikan mengenai hasil dan analisis data penelitian yang dilakukan pada bulan Januari- Februari 2017 di lembaga wakaf (*Nazhir*) Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo. Berdasarkan analisis regresi yang telah dilakukan, mengenai pengaruh variabel kualitas program, kualitas pelayanan, kemudahan yang diberikan, dan faktor emosional terhadap kepuasan donatur lembaga wakaf (*Nazhir*) Yayasan Baitur Rahmah

Sejahtera Sidoarjo. Terdapat informasi bahwa pengaruh kualitas pelayanan (X1-X4) sebagai variabel bebas yang digunakan sebagai variabel bebas dengan kepuasan donatur (Y) sebagai variabel terikat secara bersama-sama adalah signifikan, dan hubungan antara keduanya kuat sebesar 0,625. Variabel bebas tersebut mampu menjelaskan variabel terikat sebesar 62,5%, sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lainnya.

Hasil perhitungan menggunakan analisis regresi linier berganda pada uji t diperoleh nilai koefisien untuk masing-masing variabel independen adalah 0,262 untuk variabel kualitas program (X1), -0,369 untuk variabel kualitas pelayanan (X2), 0,445 untuk variabel kemudahan yang diberikan (X3), dan 0,516 untuk variabel faktor emosional (X4). Nilai koefisien regresi yang menunjukkan mayoritas positif dan satu variabel yang menunjukkan negatif menjelaskan bahwa pengaruh dari masing-masing variabel bebas yang terdiri dari kualitas program (X1), kemudahan yang diberikan (X3), dan faktor emosional (X4) berpengaruh searah terhadap kepuasan donatur (Y) dan pengaruh variabel kualitas pelayanan (X2) yang negative dan tidak searah terhadap kepuasan donatur (Y).

4.4.1 Variabel Kualitas Program (X1) Berpengaruh Terhadap Kepuasan Donatur (Y)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas program (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan donatur (Y) dengan thitung sebesar 2,179 dari ttabel sebesar 1,68957. Hasil ini menunjukkan bahwa donatur mempertimbangkan variabel kualitas program untuk melakukan keputusan mereka dalam menentukan kepuasan yang mereka dapat dari pelayanan lembaga wakaf (*Nazhir*). Hasil penelitian tersebut sejalan dengan teori mengenai hal-hal yang mempengaruhi kepuasan pelanggan (Irawan dalam Armawan, 2007). Kualitas program dalam

penelitian kali ini menjadi salah satu variabel yang memiliki pengaruh besar dalam pemilihan donatur yang dapat menentukan kepuasan yang diterima oleh para donatur.

Hal ini dikarenakan lembaga wakaf (*Nazhir*) memiliki program yang cukup bagus dalam melayani para donatur maupun pengelolaan dan pendistribusian dana wakaf sendiri. Beberapa program yang dimiliki oleh lembaga wakaf (*Nazhir*) seperti kampoeng ngaji dan kampoeng pimpong dalam upaya sosialisasi mengenai wakaf yang tidak hanya dari sisi formal saja. Dengan program diatas digunakan sebagai sosialisasi mengenai wakaf, semakin banyak warga yang memahami mengenai pentingnya dan manfaat dari kegiatan wakaf tersebut.

Selanjutnya dilihat dari program pengelolaan yang profesional dana wakaf dengan menggandeng profesional dan ahli dalam bisnis untuk mengembangkan dana wakaf kedepannya agar dapat bermanfaat lebih terhadap para masyarakat sekitar. Tujuan dari kerjasama tersebut adalah untuk pengembangan dana wakaf yang tersedia agar pemanfaatan hasil dana wakaf (*Mawaquf alaiih*) tersebar rata tidak hany dari para warga sekitar. Bahkan dapat berdampak terhadap perekonomian warga.

Pada program pemanfaatan hasil wakaf (*Mawaquf Alaiih*), lembaga wakaf (*Nazhir*) sendiri memiliki beberapa program yang bermanfaat secara langsung maupun tak langsung seperti melakukan pembagian sembako nasi kotak yang rutin setiap minggunya, membagikan beasiswa kepada beberapa dhuafa sebanyak 15 orang secara rutin, dan melakukan pembelajaran agama terhadap para dhuafa yang menerima beasiswa.

Hasil penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian terdahulu oleh Huda (2012) yang berjudul Analisis Kualitas Pelayanan Hubungannya Dengan Kepuasan Donatur Pada Lembaga Amil Zakat

Infaq Dan Shodaqoh (LAZIS) Al Haromain Cabang Malang. Dari penelitian tersebut menjelaskan bahwa kualitas program memberi pengaruh terhadap penentuan kepuasan para donatur (*Muzakki*).

4.4.2 Variabel Kualitas Pelayanan (X2) Tidak Berpengaruh Terhadap Kepuasan Donatur (Y)

Variabel kualitas pelayanan (X2) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan donatur (Y), hal ini dapat dilihat dari hasil penelitian yang menghasilkan thitung sebesar -1.977 sedangkan untuk t tabel sebesar 1,68957. Hasil ini menunjukkan bahwa donatur tidak terlalu mempertimbangkan variabel kualitas pelayanan untuk menentukan keputusan mereka dalam kepuasan yang mereka dapat dari pelayanan lembaga wakaf (*Nazhir*). Hal tersebut sependapat dengan penelitian yang dilakukan oleh Yupitri dan Sari (2012) yang menyatakan bila kualitas pelayanan kurang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam penelitian kali ini adalah para donatur.

Setelah melakukan wawancara terhadap para donatur dapat disimpulkan bahwa hal tersebut dikarenakan pandangan mereka terhadap keterbatasan fasilitas fisik dan sumber daya manusia (SDM) yang masih minimal. Dengan program yang dimiliki lembaga wakaf (*Nazhir*) cukup bagus, tetapi jumlah sumber daya manusianya tidak mencukupi yang menyebabkan tidak maksimalnya kinerja lembaga wakaf (*Nazhir*) yang diimpikan sesuai dengan tujuan program yang mereka miliki. Selanjutnya dari fasilitas fisik yang dapat dikatakan seadanya yang menyebabkan secara tidak langsung kinerja yang dimiliki belum maksimal sepenuhnya. Hal tersebut yang menjelaskan bahwa kurangnya kualitas pelayanan yang diberikan oleh Yayasan mempengaruhi kepuasan pelayanan yang diterima.

Penjelasan Kotler dan Armstrong (2008) mengenai karakteristik yang mempengaruhi perilaku konsumen berhubungan dengan penelitian yang dilakukan saat ini. Dalam penelitian menjelaskan bahwa para donatur yang mayoritas memiliki strata pendidikan diatas diploma dan Pekerjaan mereka rata-rata adalah pegawai negeri sipil. Hal tersebut yang menyebabkan pemahaman mereka mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan mereka menjadi lebih kompleks selaras dengan yang dijelaskan oleh Kotler dan Armstorng (2008) mengenai sisi pribadi dan sosial dapat mempengaruhi presepsi yang dimiliki oleh para donatur.

4.4.3 Variabel Kemudahan yang Diberikan (X3) Berpengaruh Terhadap Kepuasan Donatur (Y)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kemudahan yang diberikan (X3) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan donatur (Y) dengan thitung sebesar 2,580 dari ttabel sebesar 1,68957. Hasil ini menunjukkan bahwa donatur mempertimbangkan variabel kemudahan yang diberikan untuk melakukan keputusan mereka dalam menentukan kepuasan yang mereka dapat dari pelayanan lembaga wakaf (*Nazhir*). Hasil penelitian tersebut sejalan dengan teori mengenai hal-hal yang mempengaruhi kepuasan pelanggan (Irawan dalam Armawan, 2007). Hasil tersebut memiliki persamaan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nurwanti (2011) yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Survei Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Malang). Penelitian tersebut menjelaskan bahwa variabel kemudahan yang diberikan memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Variabel kemudahan yang diberikan dalam penelitian kali ini menjadi salah satu variabel yang memiliki pengaruh besar dalam pemilihan donatur yang dapat menentukan kepuasan yang diterima oleh para donatur. Hal tersebut dikarenakan kemudahan yang dirasakan oleh para donatur membuat mereka semakin mudah untuk berdonasi dan mewakafkan hartanya. Dari lokasi yang mudah untuk ditempuh, informasi yang mudah didapatkan, prosedur yang mudah dalam berwakaf, dan teknologi yang mendukung menjadi beberapa alasan yang kuat bagi mereka dalam melakukan kegiatan wakaf pada lembaga wakaf (*Nazhir*) Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo.

4.4.4 Variabel Faktor Emosional (X4) Berpengaruh Terhadap Kepuasan Donatur (Y)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel faktor emosional (X4) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan donatur (Y) dengan thitung sebesar 4,247 dari ttabel sebesar 1,68957. Hasil ini menunjukkan bahwa donatur mempertimbangkan variabel kemudahan yang diberikan untuk melakukan keputusan mereka dalam menentukan kepuasan yang mereka dapat dari pelayanan lembaga wakaf (*Nazhir*). Hasil penelitian tersebut sejalan dengan teori mengenai hal-hal yang mempengaruhi kepuasan pelanggan (Irawan dalam Armawan, 2007).

Selanjutnya penelitian kali ini memiliki persamaan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nurwanti (2011) yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Survei Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Malang). Dalam penelitian tersebut menjelaskan bahwa variabel faktor emosional menjadi salah satu variabel yang memberi pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hal tersebut dapat terjadi dikarenakan para donatur yang tergabung dalam lembaga wakaf (*Nazhir*) Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera memiliki kesadaran dalam melakukan kegiatan sosial dengan menyisihkan sebagian dana yang mereka miliki untuk diwakafkan kepada lembaga wakaf (*Nazhir*) agar kesejahteraan sosial lebih merata. Sebagian besar dari para donatur juga memiliki kesadaran tinggi terhadap pemahaman agama yang menguatkan niat mereka dalam mewakafkan sebagian hartanya di jalan Allah SWT.

4.5 Implikasi Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan melalui hasil statistik dan teori-teori yang digunakan dalam penelitian kali ini dapat digunakan sebagai tambahan referensi dan informasi bagi penyusunan strategi pelayanan jasa lembaga wakaf Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo untuk meningkatkan kepuasan donatur (*wakif*) Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo. Hasil penelitian menjelaskan bahwa terdapat pengaruh signifikan pada variabel kualitas program, kemudahan yang diberikan, dan faktor emosional memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan para donatur Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo. Berdasarkan penelitian kali ini maka pentingnya bagi manajemen Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo untuk memaksimalkan kualitas program, kemudahan yang diberikan, dan faktor emosional donatur.

Dalam upaya meningkatkan kualitas program, kemudahan yang diberikan, dan faktor emosional donatur maka disarankan Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo untuk melakukan beberapa langkah strategis. Beberapa upaya tersebut seperti Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo membuat program yang berkualitas dan mempermudah para donatur agar berwakaf secara rutin. Dengan mempermudah mereka untuk mengakses

secara online dalam melakukan berwakaf maupun untuk mengetahui perkembangan pengelolaan yang dilakukan. Hal tersebut diperlukan karena saat ini sudah memasuki era online dan sudah seharusnya informasi dari Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo memanfaatkan fasilitas tersebut. Dengan cara tersebut secara tidak langsung akan memudahkan masyarakat menyebarkan informasi mengenai pengelolaan yang dilakukan Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo dan dapat membantu dalam pengumpulan dana demi berkembangnya pengelolaan yang saat ini dilakukan.

Hal mengenai variabel kualitas pelayanan yang hasilnya tidak signifikan mempengaruhi kepuasan para donatur (*wakif*) menjadi evaluasi untuk lembaga wakaf (*nazhir*) Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo, diharapkan kedepannya diperbaiki dan dirancang secara optimal dan profesional demi keberlangsungan perkembangan yayasan. Sebagaimana hasil penelitian yang dijelaskan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang ada pada masih dibawah harapan para donatur. Hal tersebut dikarenakan bahwa dengan program yang dimiliki lembaga wakaf (*Nazhir*) cukup bagus, tetapi jumlah sumber daya manusianya tidak mencukupi yang menyebabkan tidak maksimalnya kinerja lembaga wakaf (*Nazhir*) yang diimpikan seseuai dengan tujuan program yang mereka miliki. Selanjutnya dari fasilitas fisik yang dapat dikatakan seadanya yang menyebabkan secara tidak langsung kinerja yang dimiliki belum maksimal sepenuhnya. Lembaga wakaf (*nazhir*) diharapkan untuk berupaya meningkatkan pelayanan mereka agar kepuasan yang diterima para donatur sesuai dengan keinginan mereka.

Menurut teori yang dikemukakan oleh Tjipjono (dalam Huda, 2012), terdapat beberapa strategi yang dapat dilakukan oleh lembaga wakaf

(*nazhir*) Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo dalam meningkatkan kualitas pelayanan mereka. Strategi yang dapat dilakukan, meliputi:

1. Jasa yang berkualitas

Lembaga yang ingin menerapkan program kepuasan pelanggan harus memiliki program yang berkualitas dan menerapkan pelayanan yang optimal. Program yang berkualitas dapat dinilai dari sejauh mana pelayanan yang diberikan lembaga dalam mewujudkan perbaikan umat melalui optimalisasi dana wakaf tersebut. Karena hal tersebut, lembaga wakaf (*Nazhir*) dituntut untuk memiliki program yang menarik, inovatif, dan bernilai lebih. Selain program yang berkualitas, pelayanan juga menjadi salah satu tolak ukur yang mempengaruhi kepuasan para donatur. Karena hal tersebut, lembaga wakaf (*Nazhir*) perlu melakukan pemantauan terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan para donatur demi berkembangnya pelayanan pada lembaga wakaf (*Nazhir*).

2. *Relationship marketing*

Lembaga wakaf (*Nazhir*) mengupayakan terjalinnya hubungan jangka panjang terhadap para donatur. Dengan terjalinnya hubungan jangka panjang akan menguntungkan antara pihak lembaga wakaf (*Nazhir*) dengan para donatur dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Lembaga wakaf (*Nazhir*) perlu menjalin hubungan kemitraan yang baik dengan para donatur diluar kepentingan donatur dalam donasinya seperti kerjasama dalam permodalan bergulir dimana lembaga wakaf (*Nazhir*) memberikan bantuan modal kepada donatur yang berkeinginan untuk dibina dalam peningkatan usahanya.

3. Sistem penanganan komplain secara efektif

Sistem ini membutuhkan beberapa aspek yang penting seperti Permohonan maaf terhadap kesalahan yang dilakukan kepada donatur

secara sengaja maupun tidak disengaja, bersikap empati terhadap sikap donatur yang merasa tidak puas terhadap layanan yang diberikan, kecepatan dan ketepatan dalam menangani keluhan dengan cara memperbaiki sisi *customer service*, Kewajaran dan keadilan dalam pemecahan masalah.

Setelah melakukan peningkatan untuk kepuasan para pelanggan dari sisi kualitas pelayanan yang diberikan, menurut Tjipjono dalam (Huda, 2012) menyatakan bahwa ada beberapa hal yang perlu dilakukan oleh lembaga wakaf (*Nazhir*) Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera. Mereka perlu melakukan pengukuran untuk tingkat kepuasan pelanggan yang bertujuan untuk mengetahui seberapa puaskah tanggapan para donatur terhadap pelayanan yang dilakukan oleh lembaga wakaf (*Nazhir*) Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo. Pengukuran terhadap tingkat kepuasan pelanggan dapat dilakukan dengan metode sebagai berikut:

1. Sistem keluhan dan saran

Membuat kotak saran, saluran telepon, email, atau lainnya dalam menerima keluhan dan saran dari para donatur. Informasi yang diperoleh dari para donatur dapat memberikan informasi-informasi yang berharga dalam pengembangan lembaga wakaf (*nazhir*). Dengan begitu dapat pula menjadi bahan evaluasi kinerja yang dilakukan lembaga untuk kedepannya.

2. Survei kepuasan pelanggan

Melalui survey, pihak lembaga wakaf (*nazhir*) akan memperoleh tanggapan dan umpan balik (*feedback*) langsung dari donatur dan juga memberikan sinyal positif bahwa pihak yayasan memperhatikan para donaturnya. Misalnya melalui kuesioner, tanya jawab langsung, ataupun pertemuan rutin.

Diharapkan dengan mengetahui adanya beberapa bagian dari pelayanan yang mempengaruhi kepuasan donatur, lembaga wakaf (*Nazhir*) terus memantau secara berlanjut. Dengan memberi perhatian lebih dalam hal pelayanan lembaga, hal tersebut dapat meningkatkan produktivitas kinerja dari lembaga untuk lebih profesional kedepannya. Karena sesuai dengan argumen yang dikeluarkan oleh Departemen Agama RI (dalam Lubis dan Wajdi, 2016) yang menjelaskan bahwa lembaga wakaf (*nazhir*) di Indonesia harus profesional dalam melaksanakan aktivitasnya dengan waktu penuh dan hidup dari aktivitasnya itu dengan mengandalkan keprofesionalannya dan berketerampilan tinggi. Dengan terciptanya pengelolaan dan pemanfaatan yang professional sesuai dengan undang-undang nomor 41 tahun 2004 dalam pasal 11 mengenai tugas nazhir, secara tidak langsung akan memperbaiki sistem peraturan undang-undang mengenai wakaf di Indonesia.

Dengan tujuan awal dari wakaf di Indonesia sendiri adalah untuk sarana rekayasa sosial (*social engineering*) yang tertera pada UU no.41 tahun 2004 dan PP no. 42 tahun 2006, hasil penelitian yang dilakukan kali ini dapat meningkatkan dan mengevaluasi kinerja Badan Wakaf Indonesia (BWI) selaku dari pihak pemerintah dan lembaga-lembaga wakaf (*nazhir*) yang terdaftar kelembagaannya secara resmi dalam Badan Wakaf Indonesia (BWI) maupun lembaga-lembaga wakaf (*nazhir*) yang belum terdaftar. Dengan melakukan evaluasi dan perbaikan dari pihak pemerintah melalui sisi peraturan dan kelembagaan, diharapkan lembaga-lembaga wakaf (*nazhir*) yang sudah melaksanakan kegiatan mengenai wakaf dapat terjaring dan sadar untuk mendaftarkan dirinya ke pihak Badan Wakaf Indonesia (BWI) agar dapat dibantu secara profesional dalam pengelolaan dan peningkatan wakaf mereka sendiri.

Dengan peningkatan yang dilakukan oleh pihak pemerintah dan lembaga-lembaga wakaf (*nazhir*) yang ada di Indonesia secara professional dan legal terdaftar dalam Badan Wakaf Indonesia (BWI), hal tersebut dapat dijadikan patokan bahwa negara Indonesia dengan penduduk yang mayoritas adalah beragama muslim telah sadar mengenai pentingnya wakaf untuk membantu meningkatkan kesejahteraan sosial. Dengan sadarnya rakyat Indonesia mengenai pemanfaatan wakaf dan pengelolaan wakaf secara baik, hal tersebut dapat menstimulasi perkembangan perwakafan di Indonesia. Dengan perwakafan yang berkembang, hal tersebut dapat membantu pemerintahan dalam berbagai hal khususnya kesejahteraan sosial di Indonesia. Kesejahteraan sosial yang selalu menjadi permasalahan penting bagi pemerintahan dapat terbantu secara cepat untuk mencapai tujuan tersebut.

Dengan berkembangnya perwakafan di Indonesia, hal tersebut telah membuktikan bahwa penerapan dan pemahaman ekonomi Islam di Indonesia sendiri dapat dikatakan lebih berkembang. Dengan banyaknya praktisi ekonomi Islam yang khusus membahas perwakafan di Indonesia, hal tersebut secara tidak langsung membantu perkembangan khazanah keilmuan ekonomi Islam di Indonesia secara luas. Perkembangan khazanah ekonomi Islam tersebut dapat membantu memperluas dan menambah minat masyarakat di Indonesia untuk mempelajari pentingnya ekonomi Islam bagi kehidupan mereka. Dengan adanya bahan praktisi, secara tidak langsung menstimulasi untuk pengembangan kajian-kajian ataupun penulisan secara ilmiah mengenai ekonomi Islam. Hal inilah yang menjelaskan bagaimana perkembangan ekonomi Islam secara pendidikan dan praktik dapat dikatakan seseuai dengan apa yang diimpikan oleh para penggiat ekonomi Islam di Indonesia.

4.6 Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian kali ini terdapat beberapa keterbatasan antara lain:

1. Dalam penelitian kali ini hanya dapat mengumpulkan responden sebanyak 40 orang dikarenakan terbatasnya populasi yang terdata oleh Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo.
2. Empat dimensi kualitas pelayanan yang digunakan dalam penelitian saat ini hanya dapat menjelaskan model sebesar 0,582 (58,2%) yang berarti bahwa sisanya dijelaskan variabel lainnya yang tidak termasuk dalam penelitian.
3. Adanya peluang terjadinya kesalahan penggunaan suatu indikator tertentu untuk mengukur variabel yang bersangkutan karena kesulitan menarik batasan yang tegas antara variabel yang satu dengan yang lainnya.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Hasil penelitian mengenai analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan wakif terhadap pelayanan lembaga wakaf (*nazhir*) Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo, dapat dibuat beberapa kesimpulan bahwa:

1. Secara keseluruhan menjelaskan bahwa kualitas program, kualitas pelayanan, kemudahan yang diberikan dan faktor emosional berpengaruh terhadap kepuasan donatur. Hal tersebut menjelaskan bahwa secara langsung maupun tidak langsung, kualitas program yang dimiliki, pelayanan yang diberikan, kemudahan yang diterima donatur, dan faktor emosional mereka menstimulasi mereka dalam kegiatan berwakaf. Selanjutnya kemudahan yang diberikan oleh lembaga adalah penyebab yang dominan dalam memberi pengaruh terhadap kepuasan donatur dikarenakan kesadaran dari para pihak donatur mengenai pentingnya wakaf.
2. Secara masing-masing menjelaskan dalam penelitian kali ini bahwa hampir seluruh variabel independen seperti kualitas program, kualitas pelayanan, kemudahan yang diberikan dan faktor emosional berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan donatur (*wakif*). Ada satu variabel yang berbeda dan menjelaskan tidak signifikan yaitu variabel kualitas pelayanan. Hal ini dikarenakan menurut Kotler dan Armstrong (2008) dalam bukunya menjelaskan bahwa karakteristik dari seseorang konsumen dapat mempengaruhi pemilihan dan persepsi mereka dalam menentukan pilihan. Dalam penelitian kali ini dibuktikan adanya hal tersebut karena secara garis besar faktor pendidikan dan pekerjaan yang

3. mempengaruhi pemilihan mereka mengenai kualitas pelayanan yang ada di Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo.

5.2 Saran

Berkaitan dengan penelitian yang dilakukan, maka peneliti dapat memberikan beberapa saran sebagai berikut:

3. Perlunya Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo membuat sistem keluhan dan saran. Membuat kotak saran, saluran telepon, email, atau lainnya dalam menerima keluhan dan saran dari para donatur. Informasi yang diperoleh dari para donatur dapat memberikan informasi-informasi yang berharga dalam pengembangan lembaga wakaf (*nazhir*). Dengan begitu dapat pula menjadi bahan evaluasi kinerja yang dilakukan lembaga untuk kedepannya.
4. Perlunya Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo melakukan survei kepuasan pelanggan. Melalui survey, pihak lembaga wakaf (*nazhir*) akan memperoleh tanggapan dan umpan balik (*feedback*) langsung dari donatur dan juga memberikan sinyal positif bahwa pihak yayasan memperhatikan para donaturnya. Misalnya melalui kuesioner, tanya jawab langsung, ataupun pertemuan rutin.
5. Dalam penelitian menjelaskan bahwa Kualitas pelayanan menjadi suatu evaluasi bagi Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo. Hal tersebut perlu diperhatikan dengan serius apabila ingin mengembangkan yayasan lebih baik kedepannya. Pelayanan, perhatian, dan pengkondisian yang rapi perlu diterapkan agar para donatur lebih nyaman untuk menjadi donatur tetap kedepannya.
6. Faktor emosional dalam penelitian kali ini adalah faktor yang memiliki pengaruh besar terhadap kepuasan para donatur. Dalam hal ini

menjelaskan bahwa para donatur yang terkumpul dalam Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo sudah paham mengenai fungsi wakaf dari sisi religius maupun dari sisi duniawi. Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera perlu melakukan pembaharuan dan sosialisasi terhadap para calon donatur yang dituju melalui sisi emosional mereka. Dengan memberi pemahaman terhadap para calon donatur melalui sisi emosional mereka, hal tersebut dapat meningkatkan perputaran dana yang dikumpulkan demi berkembangnya Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo kedepannya.

7. Diharapkan dengan adanya penelitian ini, pemerintah lebih sadar dan giat untuk melakukan pembenahan di berbagai bidang agar perkembangan perwakafan di Indonesia sesuai dengan yang dituju. Dan dapat menjaring para lembaga-lembaga wakaf (*nazhir*) yang belum terdaftar secara formal melalui Badan Wakaf Indonesia (BWI) agar dapat dibina secara professional dalam berbagai bidang.
8. Dalam penelitian ini diharapkan pihak lembaga-lembaga wakaf (*nazhir*) dapat menjadikan penelitian ini sebagai sarana untuk melakukan evaluasi dan perbaikan dari berbagai sisi agar dapat mengembangkan kegiatan perwakafan yang sedang mereka kerjakan. Dengan melakukan evaluasi dan perbaikan secara keseluruhan, memungkinkan perkembangan pengelolaan yang dilakukan dapat berkembang pesat.
9. Dari hasil penelitian kali ini diharapkan dapat menjadi khazanah penambahan ilmu mengenai ekonomi Islam khususnya dalam permasalahan perwakafan di Indonesia. Dengan hal tersebut dapat mengembangkan minat masyarakat dalam mempelajari dan mengetahui mengenai ekonomi Islam sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

- Anjarsasi, Ekky Ayu. 2016. *Pengaruh Service Recovery Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan (Studi pada PT. Astra International Daihatsu TBL. Cabang Kediri)*. Malang: Universitas Brawijaya.
- Armawan, Fikhri. 2007. *Analisis Faktor- Faktor Bank dan Internal Nasabah Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus pada Bank Syariah Mandiri Cabang Malang)*. Malang: Universitas Brawijaya.
- Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah. 2016. *Wakaf: Pengaturan dan Tata Kelola Yang Efektif*. Jakarta: Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah- Bank Indonesia.
- Direktorat Pemberdayaan Wakaf. 2015. *Dinamika Perwakafan di Indonesia dan Berbagai Belahan Dunia*. Jakarta: Direktorat Pemberdayaan Wakaf- Kementrian Agama Republik Indonesia.
- Gujarati, Damodar. 2003. *Ekonometri Dasar*. Terjemahan: Sumarno Zain. Jakarta: Erlangga.
- Huda, Akhmad Jauharil. 2012. *Analisis Kualitas Pelayanan Hubungannya Dengan Kepuasan Donatur Pada Lembaga Amil Zakat Infaq Dan Shodaqoh (LAZIS) Al Haromain Cabang Malang*. Malang: Universitas Brawijaya.
- Irawan, Handi. 2008. *Sepuluh Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Kurniawati, Aprilia. 2016. *Pengaruh Service Scape Dan Service Excellence Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Diva Family Karaoke Malang)*. Malang: Universitas Brawijaya.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lubis, Suhrawadi dan Wajdi, Farid. 2016. *Hukum Wakaf Tunai*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Mubarok, Jaih. 2008. *Wakaf Produktif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

- Nugroho, Bernardus dan Saragih, Ferdinand D. 2012. *Metode Kuantitatif Pendekatan Pengambilan Keputusan Untuk Ilmu Sosial Dan Bisnis*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Nurwanti, Harlina. 2011. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Survei Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Malang)*. Malang: Universitas Brawijaya Malang.
- Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2006 Tentang Pelaksanaan Undang- Undang No. 41 Tahun 2004 tentang Wakaf.
- Rahmawati, Rika Yuni. 2013. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Muzakki Lembaga Amil Zakat Infaq Dan Shadaqah Nahdhatul Ulama (LAZIZNU) Gunungkidul*. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Rivai, Veithzal. 2016. *Pengelolaan Dan Pengembangan Wakaf Produktif*. Jurnal Wakaf dan Ekonomi Islam Vol 9Srianti, Afiah. 2016. *Analisis Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus pada Bank Muamalat Cabang Malang)*. Malang: Universitas Brawijaya.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. 2011. *Perbedaan Pandangan Skala Likert Sebagai Skala Ordinal Atau Skala Interval*. Prosiding Seminar Nasional Statistika Universitas Diponegoro, 2011.
- Usman, Rachmadi. 2013. *Hukum Perwakafan di Indonesia*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Yupitri, Evi dan Sari, Raina Linda. 2012. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri Di Medan*. Jurnal Ekonomi dan Keuangan, Vol 1, No 1.
- Zulganef, 2008. *Metode Penelitian Sosial & Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kabargress, 2016. *Grand launching Gerai Go Fish And Chicken* (<http://kabargress.com/2016/08/29/grand-launching-gerai-go-fish-and-chicken/>) diakses pada 4 Mei 2017.

LAMPIRAN I

KUESIONER



JURUSAN ILMU EKONOMI – FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Jl. MT. Haryono 165 Malang 65145 Telp. 0341-551396 Fax. 0341-553834 Malang 65145

Bapak/Ibu yang saya hormati,

Bersama ini saya, M. Wicaksono Hasdyani Putra mahasiswa angkatan 2013 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya, sedang menyelesaikan tugas akhir (skripsi) dengan judul **“Analisis Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Wakif Terhadap Pelayanan Lembaga Wakaf”**. Sehubungan dengan hal tersebut, saya memohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/i untuk mengisi daftar kuisioner yang saya berikan. Informasi atau data yang anda berikan akan saya jaga kerahasiaannya dan harapan saya dapat membantu dalam penyelesaian tugas akhir. Atas perhatian dan bantuan informasi yang anda berikan, saya haturkan terima kasih.

Hari/Tgl:

KUESIONER

No. Kuesioner/Lokasi:

Petunjuk Pengisian : Berilah tanda (✓) pada kolom jawaban yang Anda pilih.

Isi (.....) sesuai dengan informasi dan pendapat Anda.

Nama :.....(bila tidak keberatan)

Pendidikan Terakhir:

Jenis Kelamin :

☐ SMP ☐ Sarjana (S1)

☐ Pria ☐ Wanita

☐ SMA ☐ Sarjana (S2)

Umur :

☐ Akademi/Diploma ☐ Doktor (S3)

☐ < 20 Tahun ☐ 20 – 29 Tahun

Pekerjaan:

☐ 30 – 39 Tahun ☐ 40 – 49 Tahun

☐ PNS ☐ Pegawai Swasta

☐ > 50 Tahun

☐ Pengusaha ☐ Pedagang

☐ Lain-lain (.....)

Petunjuk Pengisian Kuesioner

Pada pernyataan yang ada mohon diberi tanda silang (X) pada kolom yang sudah disediakan sebagai jawaban yang Bapak/Ibu, Saudara/Saudari pilih, pernyataan tersebut antara lain sebagai berikut:

STS = Sangat Tidak Setuju

TS = Tidak Setuju

S = Setuju



JURUSAN ILMU EKONOMI – FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Jl. MT. Haryono 165 Malang 65145 Telp. 0341-551396 Fax. 0341-553834 Malang 65145

SS = Sangat Setuju

A. Kualitas Program

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1.	Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo mendistribusikan dana wakaf secara tepat kepada orang yang berhak.				
2.	Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo melayani sesuai dengan apa yang dijanjikan.				
3.	Laporan keuangan Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo transparan terhadap para Wakif/ Donatur.				
4.	Program yang dimiliki oleh Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo dapat dipertanggung jawabkan terhadap para Wakif/ Donatur.				
5.	Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo menjalankan tugasnya sesuai dengan syariat Islam.				

B. Kualitas Pelayanan

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1.	Staf Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo bersikap ramah dan sopan dalam melayani para Wakif/ Donatur.				
2.	Staf Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo melayani transaksi dengan cepat, tepat, dan efisien.				
3.	Staf Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo mampu menyelesaikan setiap permasalahan Wakif/ donatur dengan cepat dan tepat.				



JURUSAN ILMU EKONOMI – FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Jl. MT. Haryono 165 Malang 65145 Telp. 0341-551396 Fax. 0341-553834 Malang 65145

4.	Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo dapat membantu Wakif/ donatur bila ada masalah dalam hubungan dengan transaksi.				
5.	Program yang dijelaskan oleh staf Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo secara terperinci dan jelas.				

C. Kemudahan yang Diberikan

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1.	Lokasi Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo strategis dan mudah dijangkau.				
2.	Informasi yang diberikan oleh Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo mudah dimengerti oleh anda.				
3.	Prosedur yang dimiliki Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera dalam berwakaf mudah.				
4.	Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo memudahkan Wakif/ Donatur dengan penggunaan teknologi modern dalam berwakaf.				
5.	Informasi mengenai Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo mudah didapatkan di berbagai media.				

D. Faktor Emosional

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1.	Saya merasa dengan berwakaf pada Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera dapat membantu saudara muslim lainnya.				
2.	Saya merasa dengan mewakafkan harta				



JURUSAN ILMU EKONOMI – FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Jl. MT. Haryono 165 Malang 65145 Telp. 0341-551396 Fax. 0341-553834 Malang 65145

	saya di Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo dapat meningkatkan keimanan saya.				
3.	Saya merasa berwakaf di Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera telah membantu kesejahteraan masyarakat sesuai syariat Islam.				
4.	Saya merasa berwakaf adalah salah satu tanggung jawab saya sebagai umat muslim.				
5.	Saya merasa Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo adalah lembaga yang berkompeten dalam mengurus mengenai Wakaf.				

E. Kepuasan Konsumen

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1.	Saya akan melakukan transaksi kembali pada Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo.				
2.	Saya akan menambah jumlah wakaf yang saya berikan pada Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo.				
3.	Saya akan merekomendasikan kepada orang lain untuk mewakafkan hartanya kepada Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera.				
4.	Saya senang terhadap pelayanan yang diberikan oleh staf Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera Sidoarjo.				
5.	Saya akan men- support kegiatan positif yang dilakukan oleh Yayasan Baitur Rahmah Sejahtera.				

LAMPIRAN II
UJI VALIDITAS DAN
RELIABILITAS

HASIL UJI VALIDITAS

Hasil Uji Validitas Seluruh Variabel

		Correlations				
		KualitasProgram	KualitasPelayanan	KemudahanYangDiberikan	FaktorEmosional	KepuasanDonatur
KualitasProgram	Pearson Correlation	1	.404**	.357*	.415**	.501**
	Sig. (2-tailed)		.010	.024	.008	.001
	N	40	40	40	40	40
KualitasPelayanan	Pearson Correlation	.404**	1	.844**	.345*	.328*
	Sig. (2-tailed)	.010		.000	.029	.039
	N	40	40	40	40	40
KemudahanYangDiberikan	Pearson Correlation	.357*	.844**	1	.427**	.500**
	Sig. (2-tailed)	.024	.000		.006	.001
	N	40	40	40	40	40
FaktorEmosional	Pearson Correlation	.415**	.345*	.427**	1	.708**
	Sig. (2-tailed)	.008	.029	.006		.000
	N	40	40	40	40	40
KepuasanDonatur	Pearson Correlation	.501**	.328*	.500**	.708**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.039	.001	.000	
	N	40	40	40	40	40

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Program (X1)

		Correlations					
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.364*	.537**	.245	.537**	.741**
	Sig. (2-tailed)		.021	.000	.128	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40
X1.2	Pearson Correlation	.364*	1	.429**	.663**	.217	.730**
	Sig. (2-tailed)	.021		.006	.000	.178	.000
	N	40	40	40	40	40	40
X1.3	Pearson Correlation	.537**	.429**	1	.430**	.386*	.766**
	Sig. (2-tailed)	.000	.006		.006	.014	.000
	N	40	40	40	40	40	40
X1.4	Pearson Correlation	.245	.663**	.430**	1	.320*	.724**
	Sig. (2-tailed)	.128	.000	.006		.044	.000
	N	40	40	40	40	40	40
X1.5	Pearson Correlation	.537**	.217	.386*	.320*	1	.679**
	Sig. (2-tailed)	.000	.178	.014	.044		.000
	N	40	40	40	40	40	40
X1	Pearson Correlation	.741**	.730**	.766**	.724**	.679**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40	40	40

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

		Correlations					
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.434**	.552**	.552**	.408**	.770**
	Sig. (2-tailed)		.005	.000	.000	.009	.000
	N	40	40	40	40	40	40
X2.2	Pearson Correlation	.434**	1	.397*	.296	.455**	.676**
	Sig. (2-tailed)	.005		.011	.063	.003	.000
	N	40	40	40	40	40	40
X2.3	Pearson Correlation	.552**	.397*	1	.499**	.651**	.812**
	Sig. (2-tailed)	.000	.011		.001	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40
X2.4	Pearson Correlation	.552**	.296	.499**	1	.551**	.759**
	Sig. (2-tailed)	.000	.063	.001		.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40
X2.5	Pearson Correlation	.408**	.455**	.651**	.551**	1	.803**
	Sig. (2-tailed)	.009	.003	.000	.000		.000
	N	40	40	40	40	40	40
X2	Pearson Correlation	.770**	.676**	.812**	.759**	.803**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40	40	40

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Hasil Uji Validitas Variabel Kemudahan yang Diberikan (X3)

		Correlations					
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.496**	.589**	.702**	.486**	.805**
	Sig. (2-tailed)		.001	.000	.000	.001	.000
	N	40	40	40	40	40	40
X3.2	Pearson Correlation	.496**	1	.596**	.504**	.741**	.819**
	Sig. (2-tailed)	.001		.000	.001	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40
X3.3	Pearson Correlation	.589**	.596**	1	.504**	.570**	.798**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.001	.000	.000

	N	40	40	40	40	40	40
	Pearson Correlation	.702**	.504**	.504**	1	.577**	.811**
X3.4	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.001		.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40
	Pearson Correlation	.486**	.741**	.570**	.577**	1	.833**
X3.5	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000		.000
	N	40	40	40	40	40	40
	Pearson Correlation	.805**	.819**	.798**	.811**	.833**	1
X3	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40	40	40

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil Uji Validitas Variabel Faktor Emosional (X4)

		Correlations					
		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	X4
	Pearson Correlation	1	.485**	.479**	.316*	.356*	.709**
X4.1	Sig. (2-tailed)		.002	.002	.047	.024	.000
	N	40	40	40	40	40	40
	Pearson Correlation	.485**	1	.357*	.387*	.355*	.678**
X4.2	Sig. (2-tailed)	.002		.024	.014	.025	.000
	N	40	40	40	40	40	40
	Pearson Correlation	.479**	.357*	1	.527**	.690**	.824**
X4.3	Sig. (2-tailed)	.002	.024		.000	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40
	Pearson Correlation	.316*	.387*	.527**	1	.507**	.737**
X4.4	Sig. (2-tailed)	.047	.014	.000		.001	.000
	N	40	40	40	40	40	40
	Pearson Correlation	.356*	.355*	.690**	.507**	1	.781**
X4.5	Sig. (2-tailed)	.024	.025	.000	.001		.000
	N	40	40	40	40	40	40
	Pearson Correlation	.709**	.678**	.824**	.737**	.781**	1
X4	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40	40	40

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Donatur (Y)

		Correlations					
		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y
Y1.1	Pearson Correlation	1	.398 [*]	.198	.339 [*]	.704 ^{**}	.731 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.011	.221	.032	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40
Y1.2	Pearson Correlation	.398 [*]	1	.398 [*]	.446 ^{**}	.303	.704 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.011		.011	.004	.057	.000
	N	40	40	40	40	40	40
Y1.3	Pearson Correlation	.198	.398 [*]	1	.339 [*]	.303	.620 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.221	.011		.032	.057	.000
	N	40	40	40	40	40	40
Y1.4	Pearson Correlation	.339 [*]	.446 ^{**}	.339 [*]	1	.623 ^{**}	.755 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.032	.004	.032		.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40
Y1.5	Pearson Correlation	.704 ^{**}	.303	.303	.623 ^{**}	1	.810 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.057	.057	.000		.000
	N	40	40	40	40	40	40
Y	Pearson Correlation	.731 ^{**}	.704 ^{**}	.620 ^{**}	.755 ^{**}	.810 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40	40	40

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

HASIL UJI REABILITAS

Uji Reabilitas Seluruh Variabel

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.781	4

Uji Reabilitas X1 (Kualitas Program)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.778	5

Uji Reabilitas X2 (Kualitas Pelayanan)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.822	5

Uji Reabilitas X3 (kemudahan yang Diberikan)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.872	5

Uji Reabilitas X4 (Faktor Emosional)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.802	5

Uji Reabilitas Y (Kepuasan Donatur)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.773	5

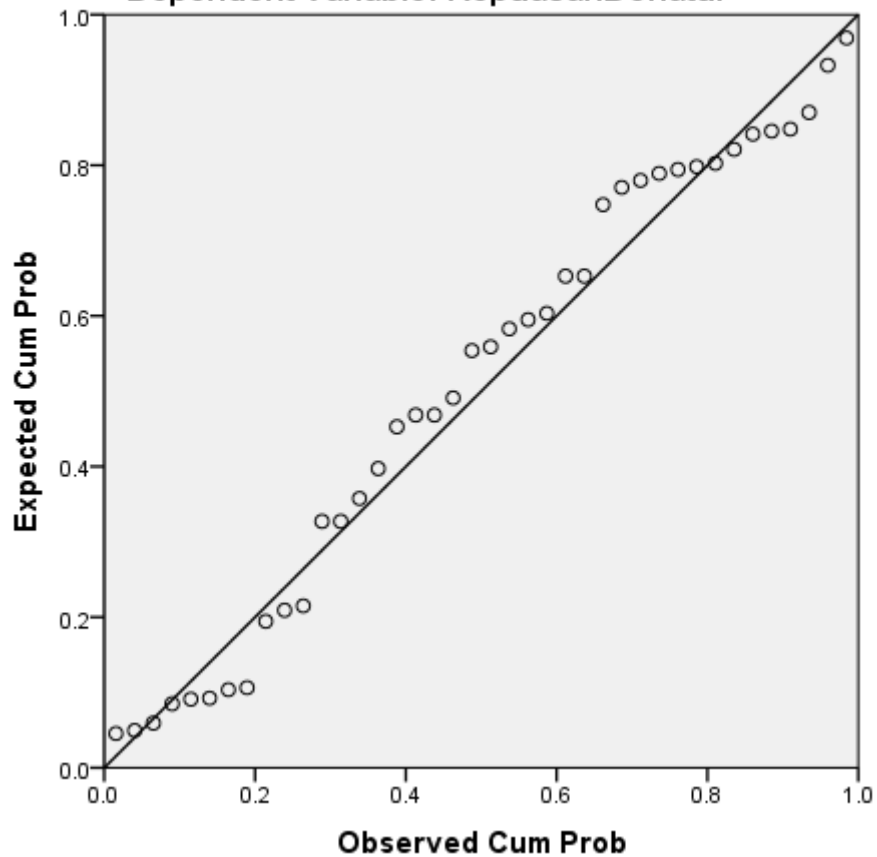
LAMPIRAN III

UJI ASUMSI KLASIK

HASIL UJI NORMALITAS

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: KepuasanDonatur



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	.35518393
	Absolute	.109
Most Extreme Differences	Positive	.106
	Negative	-.109
Kolmogorov-Smirnov Z		.692
Asymp. Sig. (2-tailed)		.724

a. Test distribution is Normal.

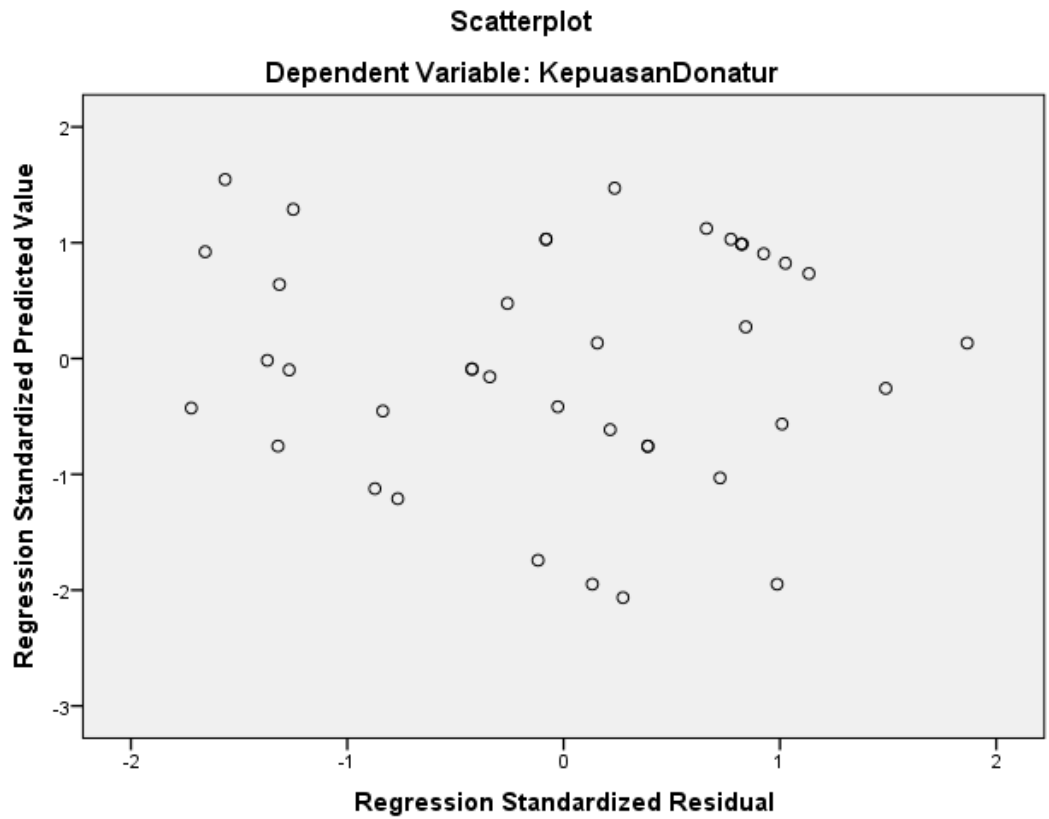
b. Calculated from data.

HASIL Uji MULTIKOLINIERITAS

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.328	.306		-1.072	.291		
	KualitasProgram	.262	.120	.261	2.179	.036	.748	1.337
	KualitasPelayanan	-.369	.187	-.391	-1.977	.056	.273	3.657
	KemudahanYangDiberikan	.445	.172	.517	2.580	.014	.266	3.752
	FaktorEmosional	.516	.121	.514	4.247	.000	.731	1.368

a. Dependent Variable: KepuasanDonatur

HASIL Uji HETEROSKEDASTISITAS



Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.328	.306		-1.072	.291		
	KualitasProgram	.262	.120	.261	2.179	.036	.748	1.337
	KualitasPelayanan	-.369	.187	-.391	-1.977	.056	.273	3.657
	KemudahanYangDiberikan	.445	.172	.517	2.580	.014	.266	3.752
	FaktorEmosional	.516	.121	.514	4.247	.000	.731	1.368

a. Dependent Variable: KepuasanDonatur

LAMPIRAN IV
ANALISIS REGRESI LINIER
BERGANDA

HASIL UJI ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.791 ^a	.625	.582	.37493	2.468

a. Predictors: (Constant), FaktorEmosional, KualitasPelayanan, KualitasProgram, KemudahanYangDiberikan

b. Dependent Variable: KepuasanDonatur

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.328	.306		-1.072	.291		
	KualitasProgram	.262	.120	.261	2.179	.036	.748	1.337
	KualitasPelayanan	-.369	.187	-.391	-1.977	.056	.273	3.657
	KemudahanYangDiberikan	.445	.172	.517	2.580	.014	.266	3.752
	FaktorEmosional	.516	.121	.514	4.247	.000	.731	1.368

a. Dependent Variable: KepuasanDonatur

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	8.205	4	2.051	14.593	.000 ^b
	Residual	4.920	35	.141		
	Total	13.126	39			

a. Dependent Variable: KepuasanDonatur

b. Predictors: (Constant), FaktorEmosional, KualitasPelayanan, KualitasProgram, KemudahanYangDiberikan